

MESTRADO

TURISMO

Turismo e Terrorismo: Estratégias desenvolvidas em destinos turísticos afetados por atentados terroristas

Adelina Marina de Sousa e Silva

M

2016



Adelina Marina de Sousa e Silva

**Turismo e Terrorismo: Estratégias desenvolvidas em destinos
turísticos afetados por atentados terroristas**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Turismo orientada pelo
Professor Doutor João Paulo de Jesus Faustino

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Setembro de 2016

Turismo e Terrorismo: Estratégias desenvolvidas em destinos turísticos afetados por atentados terroristas

Adelina Marina de Sousa e Silva

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Turismo orientada pelo(a)

Professor Doutor João Paulo de Jesus Faustino

Membros do Júri

Professor Doutor Luís Paulo Saldanha Martins

Faculdade de Letras - Universidade Porto

Professora Doutora Cristina Tereza Salvador Rebelo

Instituto Universitário da Maia

Professor Doutor João Paulo de Jesus Faustino

Faculdade de Letras – Universidade Porto

Classificação obtida: 15 valores

Sumário

Agradecimentos.....	7
Resumo.....	8
Abstract.....	9
Índice de ilustrações.....	10
Índice de tabelas.....	11
Índice de gráficos.....	12
Lista de abreviaturas e siglas.....	14
Introdução.....	16
Capítulo 1 – Turismo: uma definição complexo.....	20
1.1. Conceitos do termo “Turismo”	20
1.2. Breve contextualização histórica.....	21
1.3. Motivações/necessidades dos turistas.....	24
1.4. O turista.....	25
1.5. A importância do Marketing no turismo.....	27
Capítulo 2 – Terrorismo: uma questão complexa.....	32
2.1. Conceitos do termo “Terrorismo”	32
2.2. Contextualização histórica.....	34
2.3. Grupos de terroristas.....	37
2.4. Atentados.....	41
2.4.1. Uma abordagem mundial.....	41
2.4.2. Atentados a turistas.....	45
2.4.2.1. Geografia mundial dos atentados.....	45
2.4.2.2. A nível Europeu.....	48
2.5. O impacto do terrorismo no turismo.....	50
Capítulo 3 – Estudo de Caso: O caso do Egito e da Tunísia.....	51
3.1. O caso do Egito	52
3.1.1. Contextualização histórica.....	52
3.1.2. Geografia.....	53
3.1.3. Turismo.....	53
3.1.4. Terrorismo.....	54
3.1.5. Impacto no turismo.....	58
3.2. O caso da Tunísia.....	59
3.2.1. Contextualização histórica.....	59
3.2.2. Geografia.....	61

3.2.3. Turismo.....	61
3.2.4. Terrorismo.....	62
3.2.5. Impacto no turismo.....	64
Capítulo 4 – Inquérito aos turistas.....	66
4.1. Enquadramento teórico.....	66
4.2. Contextualização dos inquéritos.....	66
4.3. Análise dos resultados.....	68
4.3.1. Dados dos inqueridos.....	68
4.3.2. Análise dos inquiridos.....	69
4.4. Estratégias de recuperação.....	77
Conclusão.....	79
Referências bibliográficas.....	84
Anexos.....	89
Anexo 1- Entrevista a Felix Müller.....	90
Anexo 2- Entrevista a Sara Portela.....	92
Anexo 3- Inquérito em Português.....	93
Anexo 4- Inquérito em Inglês.....	96
Anexo 5- Respostas dos Inquéritos (versão portuguesa)	98
Anexo 6- Respostas dos Inquéritos (versão inglês)	105

Agradecimentos

A realização desta dissertação de mestrado contou com importantes apoios e incentivos sem os quais não se teria tornado uma realidade e aos quais estarei eternamente grata.

Em primeiro lugar, e por uma razão lógica, à minha família, em especial aos meus pais, pela força, segurança e confiança que sempre tiveram em mim. Nada seria possível sem o esforço deles para me manterem aqui, nas melhores condições, dando-me todo o conforto para me concretizar enquanto pessoa e profissional.

Depois, à família que eu escolhi, as minhas companheiras de casa, que sempre estiveram do meu lado. Sem a compreensão, paciência e ajuda delas seria tudo muito mais difícil. Em especial à minha querida amiga Carina que esteve sempre disposta a ajudar-me e a ouvir-me.

Dizem que os amigos de faculdade são para a vida. Nestes seis anos encontrei pessoas incríveis, as amigadas que construí na residência onde vivi cinco anos, as amigadas dentro do curso e as amigadas que se foram criando com amigos dos amigos, tornando-nos numa família gigante. A todos eles um obrigado por fazerem de mim a pessoa que sou.

Ao meu Orientador, Professor Doutor João Paulo de Jesus Faustino pela orientação, conselhos e sugestões que tão importantes foram para a Dissertação de Mestrado, por ter aceite este desafio desde o início, acreditando em mim e no meu trabalho.

Um muito obrigado à Sara Portela e Felix Müller por terem dispensado algum do seu tempo para responder a algumas perguntas e por terem partilhado comigo um pouco da sua vida e experiências. A todos os que responderam ao inquérito um muito obrigada.

Por fim, a todos, que direta ou indiretamente, contribuíram para o desenvolvimento deste trabalho, tanto com algum gesto de carinho, como com o seu conhecimento técnico e pessoal.

Resumo

O Homem sempre teve a necessidade de viajar e conhecer novos povos. O turismo como o conhecemos hoje em dia surgiu com a Revolução Industrial, quando o Homem começou a sentir a necessidade de experienciar momentos de lazer, e com o aparecimento de novos meios de transporte. Assim como o turismo, o terrorismo tem início na Antiga Grécia e no Império Romano, onde foram encontrados registos de atos de terror e violência. O início do século XXI fica marcado pelos atentados do 11 de Setembro de 2001, amplamente divulgados, responsáveis por mais de três mil mortos. São cada vez mais as notícias de alarme e divulgação de atos de terror que podem prejudicar o sector turístico.

O presente estudo foi desenvolvido no contexto do Mestrado em Turismo. Tem como principal objetivo identificar e apurar as principais estratégias utilizadas para recuperar o sector turístico após um atentado terrorista. Para conseguir responder à questão de partida, primeiramente, foram abordadas as principais temáticas com o intuito de adquirir o maior número de informação. Numa segunda fase, foi feito um estudo de caso sobre a Tunísia e o Egito, no qual foi possível entrevistar dois sobreviventes, assim como apurar as consequências dos atos terroristas no turismo. Por fim, foi realizado um inquérito, com o objetivo de identificar os medos e os cuidados que os turistas têm na preparação de uma viagem e, também, as possíveis soluções para recuperar o setor turístico após um atentado terrorista.

A partir do estudo teórico, inquérito e entrevistas, foi possível recolher a informação necessária para a realização deste estudo, que de forma concisa responde a questões importantes da sociedade – como é encetada a recuperação turística após um atentado.

Palavras-chave: Turismo, Terrorismo, Estratégias de recuperação

Abstract

The Man has always felt driven by the possibility of travelling and meeting other nations. Tourism as we know it today emerged from the Industrial Revolution when the Man felt urged to experience moments of leisure, and with the rise of new means of transportation. Just like tourism, terrorism was first documented in Ancient Greece and in the Roman Empire, where acts of terror were found registered. The beginning of the 21st century is marked by the 9/11 terrorist attacks in 2001, broadly released by the media, that were responsible for more than three thousand deaths. Nowadays, there are more and more alarming news diffusing acts of terror that can seriously harm the tourism sector.

This study was developed under the Master in Tourism. Its core objective is to identify the main strategies undertaken in order to stimulate the tourism sector after a terrorist attack. In order to answer the research question, firstly, several key points were explored in order to assess as much about this topic as possible. Next, a case study was developed on Tunisia and Egypt, in which two terrorism survivals were interviewed, making it possible to better assess the consequences of terrorism in tourism. Finally, a survey was applied in order to identify the fears and cares named by tourists in the preparation of their travels, as well as to point possible solutions to recover the touristic sector after a terrorist attack.

The theoretical study, the case study and the survey were important sources of information for this study, which presents a concrete approach and answers an important issue of society – how the recovery of the tourism sector is made after a terrorist attack.

Key-words: Tourism, Terrorism, Strategies of recovery

Índice de ilustrações

Figura 1. Pirâmide de Maslow / Modelo de Pearce.....	24
Figura 2. Conceito geral de Viajante.....	26
Figura 3. Perfis psicológicos de turistas – Modelo do PLOG.....	26

Índice de tabelas

Tabela 1. Atentados terroristas no Egito (1990-2015).....	56
Tabela 2. Receias turísticas/ dormidas totais/chegadas nas fronteiras (09,10,11).....	62
Tabela 3. Atentados direcionados a turistas na Tunísia (2002-2015).....	63

Índice de gráficos

Gráfico 1. Número de atentados (1970-1980).....	41
Gráfico 2. Número de atentados (1980-1990)	42
Gráfico 3. Número de atentados (1990-2000)	42
Gráfico 4. Número de atentados (2000-2010)	43
Gráfico 5. Número de atentados (2010-2014)	43
Gráfico 6. Número de atentados (1970-2014)	44
Gráfico 7. Países com maior número de atentados (2000-2014)	44
Gráfico 8. Países com maior número de atentados na Europa (2000-2014).....	45
Gráfico 9. Principais países alvos de atentados (1970-1980).....	45
Gráfico 10. Principais países alvos de atentados (1981-1991).....	45
Gráfico 11. Principais países alvos de atentados (1992-2002).....	47
Gráfico 12. Principais países alvos de atentados (2003-2014).....	48
Gráfico 13. Atentados na Europa (1970-1980)	48
Gráfico 14. Atentados na Europa (1981-1991)	49
Gráfico 15. Atentados na Europa (1992-2002)	49
Gráfico 16. Atentados na Europa (2003-2014)	50
Gráfico 17. Egito- Turismo Internacional, número de chegadas (1995-2014)	54
Gráfico 18. Egito- Chegadas de turistas internacionais (1994-2000).....	58
Gráfico 19. Chegadas de turistas internacionais (2001-2008).....	59
Gráfico 20. Turistas Internacionais- Entradas na Tunísia (1994-2014).....	61
Gráfico 21. Atentados na Tunísia (1970-2015).....	63
Gráfico 22. Género do inquirido.....	68
Gráfico 23. Idade do inquirido.....	68
Gráfico 24. Nacionalidade dos inquiridos.....	69
Gráfico 25. 1- <i>Costuma viajar?</i>	69
Gráfico 26. 1.1- <i>Se sim, porque razão?</i>	70
Gráfico 27. 2- <i>Para onde já viajou?</i>	70
Gráfico 28. 3- <i>Alguma vez sentiu medo de viajar?</i>	71
Gráfico 29. 3.1- <i>Que medos tem?</i>	71
Gráfico 30. 4- <i>Tem alguns cuidados na forma em como planeia a sua viagem?</i>	72
Gráfico 31. 4.1- <i>Se sim, que tipo de cuidados?</i>	72
Gráfico 32. 5- <i>Alguma vez viajou para uma cidade “alvo de atentados terroristas”?</i>	73
Gráfico 33. 5.1- <i>Se sim, onde?</i>	74

Gráfico 34. 6- <i>Se tivesse viagem marcada para uma cidade que sofreu um atentado recentemente, iria na mesma?</i>	74
Gráfico 35. 7- <i>O facto de um local ter sido alvo de um atentado terrorista aumenta ou diminui a sua curiosidade de o conhecer?</i>	75
Gráfico 36. 8- <i>Na sua opinião as notícias constantes sobre os atentados terroristas podem prejudicar significativamente o sector turístico?</i>	76
Gráfico 37. 9- <i>Em que medida o Marketing é crucial para “renovar” a imagem do local, pós-atentado?</i>	76
Gráfico 38. 10- <i>Que fatores podem ser importantes para a recuperação de um atentado?</i>	77

Lista de abreviaturas e siglas

AAS-T	<i>Ansar al-Sharia na Tunísia</i>
A.S.A.L.A	<i>Armenian Secret Army for the Liberation of Armenia</i> / Exército armênio secreto para a Libertação da Armênia
AQIM	<i>Al-Qaeda in the Islamic Maghreb</i>
EDA	<i>European Defence Agency</i>
EI	Estado Islâmico
ELN	Exército de Libertação Nacional da Colômbia
ETA	<i>Euskadi Ta Askatasuna</i>
FARC	Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia
FPLP	<i>Popular Fronte for the Liberation of Palestine</i> / Frente Popular para a Libertação da Palestina
GRAPO	Grupos de Resistência Antifascista Primeiro de Outubro
GSPC	<i>Salafist Group for Preaching and Combat</i>
GTD	<i>Global Terrorism Database</i>
ICOTT	<i>International Congress of Official Tourist Traffic Associations</i>
IG	<i>Al-Gama'a al-Islamiya</i> / Grupo Islâmico
IRA/PIRA	<i>Irish Republican Army</i> - Exército Republicano Irlandês
ISIL	<i>Islamic State of Iraq and the Levant</i>
IUOTO	<i>International Union of Official Travel Organizations</i>
JCAG	<i>Justice Commandos of the Armenian Genocide</i> / Comandos de Justiça do Genocídio Armênio
NZZ	<i>Neue Zürcher Zeitung</i>
MAK	<i>Maktab al khidmat lil Mujahidin alArab</i>
ONU	Organização das Nações Unidas
OMT	Organização Mundial do Turismo
RFA	Republica Federal da Alemanha
SL	<i>Shaining Path</i> / Sendeiro Luminoso
SRF	<i>Schweizer Radio und Fernsehen</i>
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UNWTO	<i>United Nations World Tourism Organization</i>

Introdução

“É preciso ver o que não foi visto, ver outra vez o que se viu já, ver na Primavera o que se vira no Verão, ver de dia o que se viu de noite, com Sol onde primeiramente a chuva caía, ver a seara verde, o fruto maduro, a pedra que mudou de lugar, a sombra que aqui não estava.”

José Saramago

José Saramago refere nesta citação que a forma de vermos o mundo à nossa volta nunca é igual, ou seja, podemos estar no mesmo lugar ao amanhecer e ao anoitecer, mas o que vimos de manhã certamente será bem diferente do que iremos ver ao final do dia ou à noite. Uma cidade ou um país não podem nem devem ser julgados pela aparência ou pelo primeiro olhar que sobre ela recai. Pelo contrário, existe sempre algum pormenor que passa despercebido e que não vemos na primeira viagem. O mundo muda a todos os instantes e as pessoas mudam com ele, em virtude dessas transformações e aprendizagens que levam a cabo ao longo da vida. O mesmo se passa com cada turista, que vive a sua experiência de forma única, de acordo com a sua forma de ver o mundo e consoante os seus interesses – pode estar um grupo de pessoas a fazer a mesma viagem, no entanto, cada um terá uma versão diferente de contar os factos.

O tema escolhido para esta dissertação no âmbito do Mestrado de Turismo obedeceu a uma série de critérios sobre os quais importa discorrer. Em primeiro lugar, é um tema atual. Em virtude do processo de globalização, do choque cultural e das tensas relações internacionais entre determinados países que têm dado lugar a ataques militares, vulgos ataques terroristas, que são agora mais difundidos em virtude da ampla cobertura pelos meios de informação e telecomunicação – mas que sempre existiram, em solo de todos os continentes. Naturalmente, que sendo o turismo a área aqui em estudo, exista uma preocupação alargada em compreender as consequências que advêm destes acontecimentos (as que incidem diretamente no setor turístico) e refletir sobre as possíveis soluções a serem tomadas para contornar esses problemas. Em segundo lugar, este tema reflete também o meu gosto pessoal sobre o assunto, que sempre me interessou e que vi agora neste mestrado a oportunidade de estudar e aprofundar.

Os atentados a uma cidade/local podem a curto prazo alterar a procura turística, considerando que a população fica com receio e evita viajar para locais onde ocorreram os atentados. Contudo, a longo prazo, podem tornar-se um ponto de interesse, como é o

caso das torres do World Trade Center em Nova Iorque, lugar onde podemos hoje encontrar o Museu & Memorial Nacional do 11 de Setembro.

O turista é um cliente exigente, e nem todos têm os mesmos interesses, assim como nem todos querem passar as férias de igual forma. Sendo o turismo um assunto tão abrangente, e os turistas tão diversificados, é natural que nem todos reagem de igual forma às recentes notícias sobre atentados terroristas a locais turísticos.

Assim sendo, o objetivo principal desta dissertação será expor os recursos/estratégias que são utilizados para recuperar o setor turístico após um atentado. A pergunta de partida prende-se com o seguinte: Quais as estratégias de recuperação desenvolvidas em destinos turísticos afetados por atentados terroristas?

Para poder responder a esta questão é necessário refletir em que medida os atentados terroristas afetam a indústria do turismo. Existem três hipóteses para responder a esta questão: afeta negativamente; afeta parcialmente; não afeta em nada o setor turístico. Através da investigação será possível responder a esta questão e, posteriormente, responder às premissas da pergunta de partida.

Desta forma, o processo de investigação começou com uma recolha de informação sobre as três grandes áreas de estudo desta dissertação: o Terrorismo, o Turismo e o Marketing. Depois desta recolha inicial de informação, definição e abordagem dos principais temas foram realizadas entrevistas, inquéritos e dois estudos de caso.

A primeira entrevista foi feita a um sobrevivente do atentado de Luxor, no Egito em 1997, Dr. Felix Müller, de nacionalidade suíça. A segunda entrevista, realizada à Dra. Sara Portela que presenciou todo o alarmismo do atentado na praia na Tunísia em 2014.

Nos últimos anos, as entrevistas têm-se tornado um instrumento importante para as áreas das ciências e da psicologia. Através das entrevistas é possível obter dados que não são encontrados em registos e fontes documentais. A entrevista é uma técnica que o investigador utiliza para obter informações a respeito do seu objetivo. (RIBEIRO, 2008) Partindo destes pressupostos, neste trabalho as entrevistas foram fundamentais para encontrar possíveis respostas à pergunta de partida.

Para Quivy e Campenhoudt (1988), o inquérito por questionário é um instrumento que permite uma utilização pedagógica, por apresentar um carácter muito preciso e formal na sua construção e aplicação prática. A metodologia a utilizar será predominantemente de natureza quantitativa, tendo em conta os objetivos planeados para a presente investigação. Deste modo, foi realizado um inquérito online através da rede social *Facebook*, no qual foram obtidas 304 respostas, sobre os medos que as pessoas sentem

ao viajar, assim como de que forma é que o turismo pode ser recuperado após um atentado, entre outras. A escolha desta metodologia deveu-se ao facto das redes sociais serem uma estratégia de marketing cada vez mais utilizada e que permitem uma maior conversação e divulgação entre os utilizadores. O *Facebook*, além de ser utilizado como um meio de comunicação, procura ou partilha sobre determinado assunto, é também uma ferramenta popular e fácil de usar. (PEDRO&PASSOS&ARRUDA,2015).

Por fim, foram realizados dois estudos de casos a partir dos quais se terá uma perspetiva mais aprofundada de dois países, Egipto e Tunísia, de que forma recuperaram depois dos atentados e quais as estratégias adotadas posteriormente. O estudo de caso é importante por reunir uma série de informações detalhadas que possibilitam a compreensão de uma situação na sua totalidade. Este método é importante para a investigação, pois dá a oportunidade para que um aspeto de um problema seja estudado em profundidade dentro de um período de tempo limitado. Além disso, são importantes para a investigação de fenómenos quando há uma grande variedade de fatores que podem ser diretamente observados e não existem leis básicas para determinar quais são importantes. O estudo de caso é de grande utilidade em pesquisas exploratórias e comparadas. (VETURA,2007)

O “terrorismo” não é um fenómeno recente. Registam-se atos de terror desde a Antiga Grécia e no Império Romano, quando o Imperador Romano Júlio César foi assassinado, a 4 de Março do ano 44 A.C, no que podemos considerar um atentado contra o Chefe de Estado.

O primeiro grupo terrorista do qual há conhecimento são os Zelotas¹, mais conhecidos como “os Assassinos”, uma seita islâmica radical. No século XII e XIII começaram a surgir atos de terror com objetivos claros de índole política, cometidos por uma seita muçulmana que encontravam na religião a obrigação de cometer atos de violência. (BARBOSA&PEREIRA&ANES&BAÊNA&RIBEIRO, 2006)

Com a Revolução Francesa de 1789 nasce o terrorismo revolucionário, período no qual ocorreram várias perseguições em nome dos valores revolucionários. No século XX, após a Primeira Guerra Mundial, surgem as organizações terroristas secretas; o atentado a Franz Ferdinand; a criação da IRA em 1919 que tinha como objetivo separar a Irlanda do Norte do Reino Unido; a ascensão de Adolf Hitler, entre outros. (NASCIMENTO, 2002)

¹ Judeus extremistas separatistas, que aterrorizavam as pessoas para instigar á mudança de comportamento na sociedade judaica de então, contra a “imoralidade” dos que colaboravam com os invasores romanos.

Nos anos 60/70, os atentados terroristas que vieram sempre na sequência de problemas internos ou entre os países em questão, passam a ser um problema de maior escala. Em 1959, em Espanha, é criado um grupo terrorista, a ETA, mas segundo Bruce Hoffmann², o que gerou esta mudança foi o sequestro de um avião das linhas aéreas israelitas por membros da FPLP em 1970 e em 1972, nos jogos olímpicos em Munique (golpe Publicitário). Na década de 90 o número de atentados diminuiu mas o número de vítimas aumentou (1991-1998). (NASCIMENTO, 2002) A 11 de Setembro de 2001, o terrorismo sofreu alterações, com o atentado às Torres Gémeas. Pela primeira vez o mundo parou para assistir em direto a um dos maiores atentados dos últimos anos.

É irrefutável a evolução a que se assiste atualmente no turismo e, de acordo com a Organização Mundial do Turismo, o crescimento da atividade turística representa um dos fenómenos sociais e económicos mais relevantes deste último século, sendo uma das fontes de criação de emprego mais importante mundialmente; sendo um fator de estímulo ao investimento em infraestruturas que contribuem para uma melhoria das condições de vida das populações locais que recebem turistas; sendo uma fonte de receitas fiscais para os governos e contribuindo ainda para um desenvolvimento territorialmente mais estável ao abrandar a deslocação de população para zonas densamente habitadas.

Compreende-se assim que, dado o impulso que concerne à economia e ao progresso tecnológico e social dos países, o turismo tenha vindo a ser cada vez mais observado como um setor de muita importância por vários governos, representando cerca de 10% no PIB mundial. (Globo-notícias)

No ano de 1950, o número de chegadas de turistas a todas as fronteiras do mundo era cerca de 25 milhões. Cinquenta e nove anos mais tarde, no ano de 2009, o número chegou a atingir os 880 milhões. Com a inovação dos meios de transporte e tecnologias de comunicação e informação, o acréscimo da mobilidade é facilitado, o que explica o crescimento do ano de 1950 a 2009. Em 2014 o número de chegadas de turistas internacionais chegou a ultrapassar o bilião. (UNWTO,2015)

O termo marketing advém da palavra inglesa “market” (mercado), que aponta para atividade responsável por orientar a venda e/ou transação de produtos ou serviços desde o produtor até ao consumidor final, tendo emergido por volta de 1900. No sentido de comercializar o produto ou serviço e de impulsionar um aumento no volume de vendas, o marketing utiliza estudos de mercado onde se encontram delineadas as principais

estratégias, os cálculos das formas possíveis de sucesso e de venda do produto ou serviço, além de permitir analisar a concorrência, as preferências, o poder de compra e, sobretudo, as necessidades dos potenciais consumidores. (MARQUES, 2010).

É cada vez mais importante criar estratégias de desenvolvimento do turismo. As políticas nacionais têm de investir mais em campanhas de marketing para promover os produtos nacionais tanto, a nível nacional como internacional, para assim melhorar não apenas o setor turístico, mas toda a economia nacional (FAUSTINO, 2015).

Capítulo 1 – Turismo: uma definição complexa

1.1. Conceitos do termo “Turismo”

O turismo é uma ciência em formação, não basta referir que o turismo “pode ser abordado de diversos pontos de vista, com diferentes interesses e metodologias” ou relacioná-lo com algumas disciplinas como a Geografia, a Economia, o Marketing, a Sociologia, etc. Tudo isto se interliga, mas não define o próprio conceito de turismo enquanto ciência. (PAKMAN,2014)

É necessário haver uma discussão aprofundada, metodológica e concetual sobre o turismo, algo que não tem sido concretizado da melhor forma, não retirando mérito às importantes contribuições de alguns autores. (PAKMAN,2014)

Atualmente, a entidade máxima na área do Turismo é a Organização Mundial do Turismo (OMT), tendo existido contudo outras entidades anteriormente. Em 1929 surgiu a primeira instituição, conhecida como Primeiro Congresso Internacional de Associações Oficiais de Tráfego Turístico (ICOTT- Internacional Congresso of Official Tourist Traffic Associations), que tinha como objetivo discutir assuntos relacionados com o crescimento do turismo. Depois da Segunda Guerra Mundial a ICOTT foi rebatizada como União Internacional de Organizações Oficiais de Viagens (IUOTO- International Union of Official Travel Organizations). O primeiro congresso internacional foi realizado em Londres, em 1946, onde a IUOTO tinha sede. Porém, em 1951 foi transferida para Genebra (Suíça) onde se manteve até 1975. A OMT surge assim em 1975, com sede em Madrid (Espanha), onde se mantém até aos dias de hoje. (PAKMAN,2014)

A primeira definição de Turismo, da autoria do economista austríaco Hermann von Schullern zu Schrattenhofen, remonta ao ano de 1911. Segundo o economista, o conceito de “Turismo” abrange todas as áreas científicas, especialmente os processos económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou região.³

No entanto, a primeira definição de uma entidade oficial, Liga das Nações⁴, surge em 1937: “Toda a pessoa que viaja, por um período de 24 horas ou mais, para um país

³ Definição original do termo “turismo” de Hermann von Schullern zu Schrattengor: “Fremdenverkehr ist der Begriff all jener und in erster Reihe aller wirtschaftlichen Voränge, die sich im Zuströmen, Verweilen und Abströmen Fremder nach, in und aus einer bestimmten Gemeinde, einem Lande, einem Staate betätigen und damit unmittelbar verbunden sind.” (BERG, 2010)

⁴ A Liga das Nações foi uma organização internacional criada em abril de 1919. Em abril de 1946, autodissolveu-se, transferindo as responsabilidades para a ONU.

diferente daquele de sua residência habitual”. Esta definição, sendo muito vaga, não abrange o turista doméstico, assim como refere apenas o mínimo de tempo para ser considerado turismo, esquecendo de referir o tempo máximo de duração. (PAKMAN, 2014)

Durante a Segunda Guerra Mundial não existiram mudanças significativas na definição inicial, sendo que em 1963 surge uma nova definição: “Atividade desenvolvida por uma pessoa que vista um país diferente daqueles de sua residência habitual com fins distintos do de exercer uma ocupação remunerada, e por um período de tempo de pelo menos 24 horas”.⁵(PAKMAN, 2014)

Nos anos 90, mais precisamente em 1991, surge a primeira definição da OMT: “O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante as suas viagens e a estadia em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos.” (PAKMAN, 2014)

Middleton (2002) afirma que a definição dada pela OMT refere três elementos caracterizadores da atividade turística, nomeadamente: a atividade dos visitantes ser fora do seu ambiente habitual, excluindo as rotinas normais de trabalho ou práticas sociais; as atividades turísticas implicarem a viagem e normalmente algum meio de transporte; o destino ser um espaço de concentração das facilidades que suportam aquelas atividades.

Muito diferente da definição dada pela OMT em 2008: “O turismo é um fenómeno social, cultural e económico, que envolve o movimento de pessoas para lugares fora de seu local de residência habitual”. (PAKMAN, 2014)

No dicionário português da Porto Editora podemos encontrar a seguinte definição para turismo: “atividade de viajar, de conhecer lugares diferentes daquele onde se vive habitualmente, com objetivos culturais, de entretenimento, etc.” (Porto Editora)

1.2. Breve contextualização histórica

Embora a primeira definição tenha surgido no ano de 1911, há quem afirme que a primeira viagem foi realizada pela Rainha Hatshepsut, cerca de 1500 a.C., tal como se descreve no templo Dar el Bahari, situado no deserto próximo de Luxor (Egipto). Na

⁵ Definição surge em 1963 numa conferência das Nações Unidas sobre o Turismo e as Viagens Internacionais em Roma

Antiga Grécia eram várias as pessoas que se deslocavam para a cidade Olímpia para assistir aos jogos olímpicos e outras atrações, tais como produções teatrais e banhos termais. Em consequência destas viagens, surge o “primeiro guia turístico”, entre 160 e 180 a.C. Uma sequência de livros com a descrição da Grécia, no qual eram descritos pormenorizadamente vários sítios e monumentos. (CUNHA, 2006)

No século IV surgem as primeiras casas para os viajantes, sendo o exemplo mais representativo o *Hospice du Grand-Saint-Bernard*, em 962, nos Alpes franceses e suíços, onde foram treinados os famosos cães São Bernardo para procurarem os viajantes que se perdiam ou tinham dificuldade na neve quando havia alguma tempestade. No século XIV as principais viagens eram feitas pelos peregrinos que se dirigiam a Santiago de Compostela (Espanha), Canterbury (Inglaterra), à Terra Santa na Palestina e a Meca na Arábia Saudita. Até ao século XVII o que se podia considerar turismo caracterizava-se essencialmente pelas viagens individuais, porque as viagens coletivas apenas viriam a surgir séculos depois, outras com fins comerciais, religiosos e por questões de saúde. (CUNHA, 2006)

Segundo alguns autores, o turismo inicia-se na segunda metade do século XVII com a *Grand Tour* (parecida com as viagens de estudo). Eram vários os estudantes, de classe média-alta, que viajavam pela Europa com o objetivo de estimularem o interesse por outras culturas e ganharem experiência pessoal, e começam a chamar as pessoas que viajam de turistas. (CUNHA, 2006)

A Revolução Industrial, iniciada em Inglaterra, em meados do século XVIII, trouxe consigo alterações significativas, que se repercutiram no setor turístico, ao revolucionar o setor dos transportes e introduzindo a força a vapor, modificações que se acentuaram com a Segunda Revolução Industrial, que se inicia na segunda metade do século XIX na Europa, nos EUA e no Japão. Enquanto a primeira Revolução Industrial foi marcada pela utilização do carvão mineral como combustível, na segunda revolução industrial foram introduzidas novas fontes de energia, como o petróleo e a eletricidade. O Turismo na sua essência começou com a segunda Revolução Industrial, quando o Homem começou a sentir a necessidade de ter momentos de lazer, e com o aparecimento de novos meios de transporte, surgindo assim uma nova forma de viajar.

Por volta de 1830 surgem os primeiros hotéis na Suíça, em Baden, Interlaken e St.Moritz. (CUNHA, 2006) Em 1841, Thomas Cook (*Pai do Turismo*), teve a ideia de conceber a primeira viagem organizada da história, tornando-se um dos primeiros agentes de viagens do mundo ao criar, em 1851, a Agência de Viagens “Thomas Cook and Son”.

Thomas Cook achava que os problemas sociais da época estavam diretamente ligados à bebida e à educação, e sugeriu que fosse feita uma viagem entre Leicester e Loughborough, destinada aos participantes num congresso de médicos (participaram nessa viagem 485 passageiros). Em 1864 voltou a organizar uma viagem idêntica para a Suíça e em 1872 organizou a primeira viagem de volta ao mundo, marcando uma das etapas mais importantes na história do turismo. (CUNHA, 2006)

Já no século XX o turismo é caracterizado por inovações e transformações que alteram o modo de vida das pessoas, como a criação do telégrafo e do telefone, o alargamento da rede de caminho-de-ferro e estradas – período de desenvolvimento industrial e tecnológico.

Desde sempre o Homem sonhou em conquistar os ares, o que pode ser observado em mitos e lendas. Em 1918 cria-se a *Deutsche Lufthansa* com a linha Berlim-Leipzig-Weimar que cria, assim, condições para a universalização do turismo. No entanto, com o despoletar da Segunda Guerra Mundial, esta situação muda radicalmente, atrasando o seu avanço. Com o desenvolvimento dos transportes, o direito a férias pagas e a criação de organizações nacionais e internacionais, o turismo passa a ser considerado como uma atividade económica relevante. Embora o turismo de inverno tenha surgido em 1886, a primeira estância de esqui foi construída em Davos, na Suíça, em 1934. O turismo de verão surgiu entre 1945 e 1973, época dos 3'S: *Sun, Sea and Sand*, e foi marcada pelo crescimento do turismo internacional. De 1973 a 1990, foi marcada pelo aumento da população mundial, associado a outro problema; a crise do petróleo. (CUNHA,2006)

Como consequência destas alterações, o turismo mundial sofreu algumas alterações e o ritmo de crescimento tornou-se mais lento. Com os problemas que se fizeram sentir, observa-se uma crescente valorização por parte da população do turismo interno, substituindo as férias fora do país, descobrindo aquilo que o seu país tinha para oferecer. Com a diminuição do tempo de trabalho, e em alguns casos, com o desemprego, o dinheiro era escasso, e a forma de aproveitarem os momentos de lazer consistia em fazer viagens mais económicas e conhecer o seu país.

Os anos 90 e depois da viragem de século são marcados pelo forte desenvolvimento do TIC, o que veio introduzir mudanças significativas no modo de planeamento e concretização das viagens, alterações essas desencadeadas primordialmente pela internet e pela emergência em grande escala das companhias áreas de voo *low cost*.

1.3. Motivações/necessidades dos turistas

O sucesso da indústria turística depende em grande parte da capacidade de resposta dos vários setores que a constituem (de alojamento, de transporte, de operadores turísticos, de agentes turísticos e de atrações turísticas) e da resposta às necessidades de cada consumidor. As necessidades variam consoante a idade, o sexo, a personalidade, o meio social em que está inserido, assim como a cultura e profissão que tem.

De acordo com Maslow, que em 1943 procedeu à sistematização das necessidades – o que deu origem à “teoria da hierarquização das necessidades” – o ser humano é um ser insatisfeito e rapidamente uma necessidade é substituída por outra. Segundo esta perspetiva, as primeiras necessidades a influenciar o homem são as necessidades fisiológicas, seguidas pelas necessidades de segurança e proteção, necessidades de laços sociais (como as amizades), necessidades de auto estima e por fim, as necessidades de autorrealização. (MATIAS, 2007)

Um outro autor, Pearce, foi mais longe e tentou classificar em cinco diferentes níveis os motivos de viagem com base na teoria de Maslow. (CUNHA, 2006)

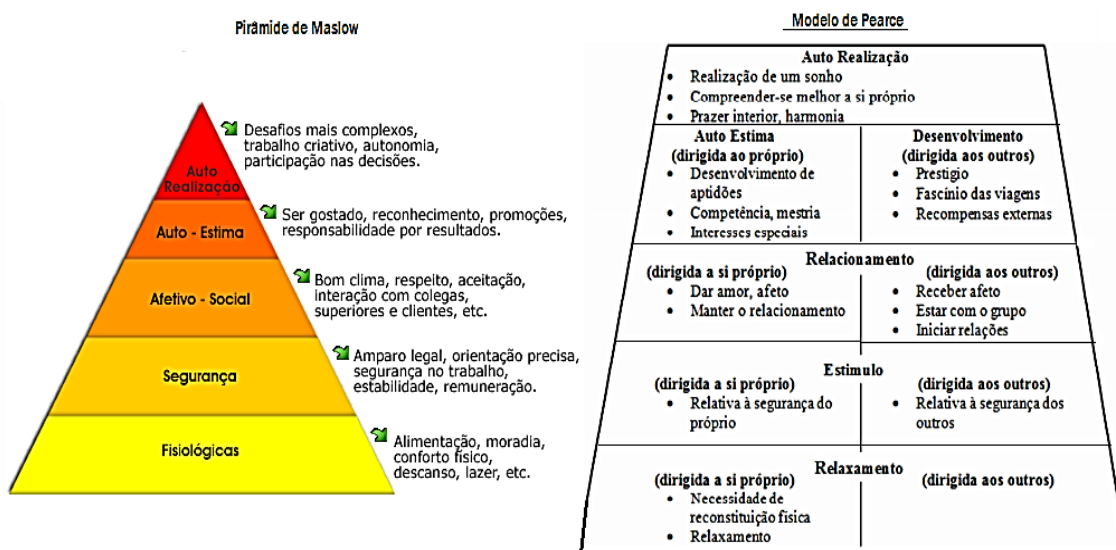


Figura 1 – Pirâmide de Maslow “teoria da hierarquização das necessidades”
Modelo de Pearce

Pearce construiu um modelo das motivações de viagem com cinco níveis: as necessidades de relaxamento, necessidades de proteção e segurança, necessidades de relacionamento, necessidades de auto estima e necessidades de autorrealização. No nível das necessidades de relaxamento estão englobadas as necessidades de reconstituição física e o relaxamento, que é equivalente à primeira fase da pirâmide de Maslow

(necessidades fisiológicas). Ao segundo nível, Pearce dá o nome de “estímulo”, que diz respeito à segurança tanto do próprio como do outro. No terceiro nível, designado por “relacionamento”, encontramos a necessidade de dar/receber amor, afeto, estar em grupo e manter ou iniciar relações. O penúltimo nível é dirigido ao desenvolvimento de aptidões, competências, interesses especiais, recompensas externas, fascínio das viagens e ao prestígio. E por fim, no quinto nível, é dada importância à auto realização: realização de um sonho; compreender-se melhor a si próprio; prazer interior e harmonia. (CUNHA, 2006)

1.4. O turista

Na base conceitual do turismo está o conceito geral de Viajante. Segundo a OMT, existem dois tipos de viajantes: por um lado, o viajante que está incluído nas estatísticas de turismo; por outro lado, o viajante que não está incluído nas estatísticas de turismo, que são imigrantes, representações consulares, diplomatas, membros das Forças Aéreas, refugiados, trabalhadores fronteiriços, nômadas, passageiros em trânsito, etc.

Dentro dos viajantes incluídos nas estatísticas de turismo estão o turista e excursionista. Os excursionistas são os passageiros de cruzeiros, visitantes de um dia e tripulações. Os turistas são “não” residentes, nacionais residentes no estrangeiro e tripulações “não” residentes, como podemos ver na imagem abaixo apresentada.

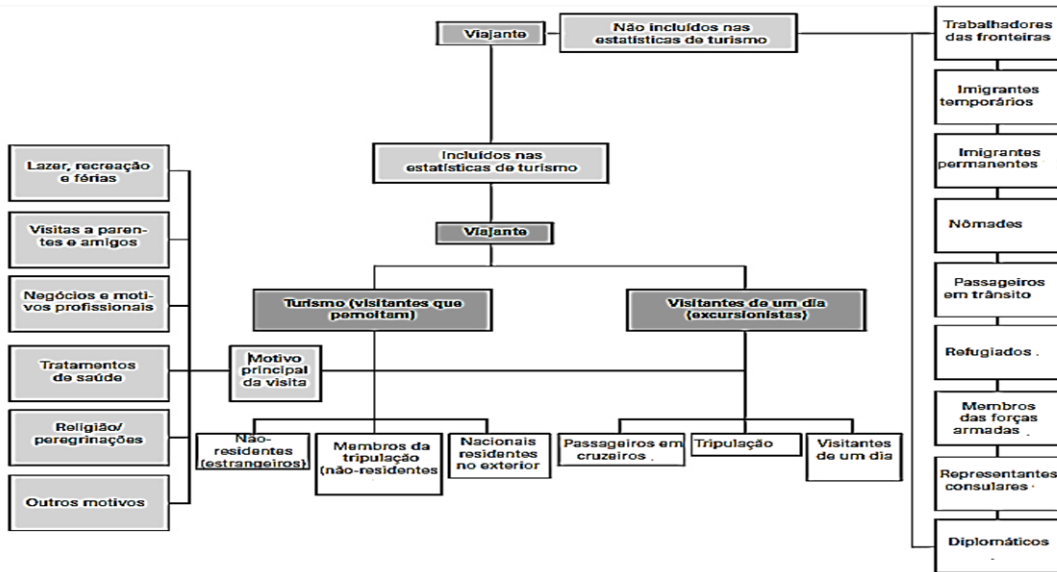


Figura 2 - Conceito geral de Viajante

Na mesma imagem são visíveis algumas das motivações que levam os turistas a viajar, tais como: lazer e férias, para visitar familiares e amigos, por razões profissionais e negócios, por razões de saúde, por motivos religiosos (como as peregrinações), entre outros.

Quando se fala em turistas, é obrigatório referir Stanley Plog. Segundo o modelo de Plog existem cinco tipos diferentes de turistas, e nem todos procuram o mesmo. Por essa razão, o autor distingue-os.

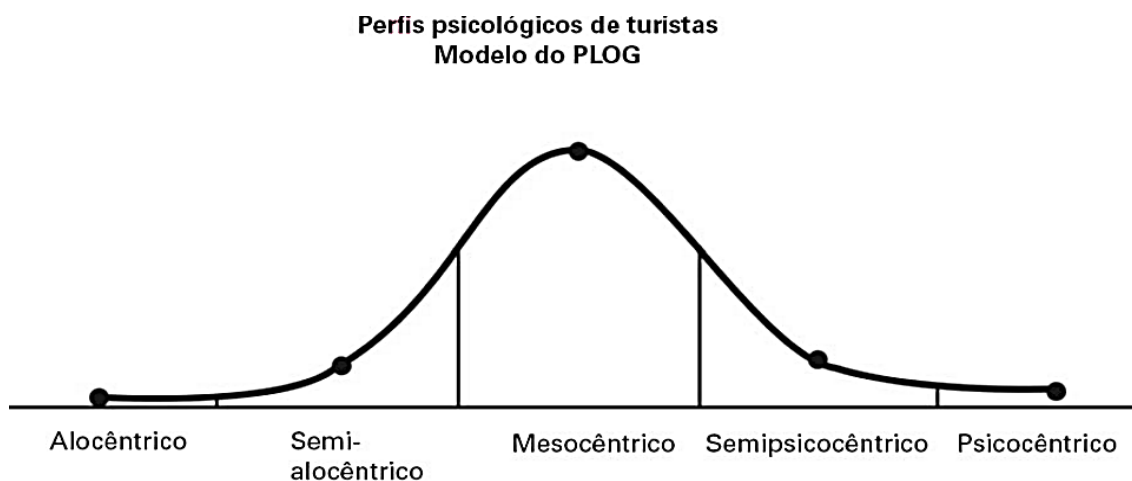


Figura 3- Perfis psicológicos de turistas – Modelo do PLOG

• **Alocêntrico** - Os turistas alocêntricos são turistas que têm a necessidade de explorar e fazer novas descobertas, ou seja, normalmente gostam de sítios com pouca intervenção turística porque têm o desejo de aventura. Sentem uma enorme atração pelo desconhecido, por isso gostam de áreas não turísticas mas com alto nível de atividade. Normalmente gostam da sensação de liberdade e de estar em contacto com o país visitado e de estar em contacto com as pessoas desse mesmo destino, conhecendo as tuas tradições e culturas. (PLOG, 2001)

• **Semi-alocêntrico** – Os turistas semi-alocêntricos possuem um lado explorador, mas não tão radical como o turista alocêntrico. Este tipo de turista valoriza o grande número de atividades realizadas, e são consumidores de pacotes turísticos, embora não seja um turista em massa. (PLOG, 2001)

• **Mesocêntrico** – os turistas mesocêntricos têm características de alocêntricos e psicocêntricos. Este turista consegue quebrar barreiras mesmo com dificuldades, ou seja, não se deixam parar pelas dificuldades. Gostam de alguma aventura mas mais descontração e prazeres simples e diversos. (PLOG, 2001)

• **Semi-psicocêntrico**- são turistas parecidos com os psicocêntricos mas mais tolerantes e mais exploratórios, embora procurem um habitat familiar. (PLOG, 2001)

• **Psicocêntrico**- os turistas psicocêntricos apenas se sentem bem se estiverem em ambientes familiares, com as mesmas coisas que têm na sua residência. Prefere viagens de curta distância, destinos com o mesmo idioma, gastronomia, cultura e clima, etc. São turistas muito concentrados nos seus problemas pessoais, inibidos, ansiosos e passivos. Não se interessam muito pelo mundo exterior e procuram por isso sempre os mesmos destinos turísticos porque já os conhecem. . (PLOG, 2001)

1.5. A importância do Marketing no turismo

O conceito de marketing surgiu por volta do ano de 1900, com a revolução industrial, quando as empresas estavam apenas preocupadas com a produção, uma vez que a procura era maior que a oferta. Por volta dos anos trinta verificou-se uma acumulação de produtos e começa-se a apostar no marketing, que tinha como principal preocupação a distribuição e vendas de produtos industriais. A publicidade é usada como estratégia de venda, decisiva no desenvolvimento do marketing. Após os anos 50, as

empresas começam a preocupar-se com as necessidades e preferências dos consumidores⁶. (FAUSTINO, 2015)

O marketing pode, então, ser definido como o conjunto de atividades orientadas a identificar e satisfazer as necessidades e desejos dos clientes de uma forma geral, ou seja, o objetivo do marketing é conhecer e compreender tão bem o cliente que o produto ou serviço se adapte a ele e se venda por si só.

O crescimento da indústria turística tem sido acompanhado pelo aumento da importância atribuída ao marketing turístico, uma vez que o turismo é diferente de outras indústrias ou atividades. São várias as componentes da indústria turística como o transporte, alojamento, comida, bebida, atrações, visitas culturais, que geralmente são fornecidas por diferentes empresas e instituições. (LOPES, 2011)

Uma vez que as necessidades e motivações dos consumidores ou utilizadores não são permanentes, as empresas devem dispor de sistemas de observação, informação e interpretação para prever o que pode acontecer a curto ou médio prazo, para a partir desses conhecimentos prévios, transformarem ideias, objetivos, projetos, planos ou programas em novos equipamentos, produtos e/ou serviços. (LOPES, 2011)

O marketing não se deverá, no entanto, concentrar apenas em levar os turistas para um determinado destino mas também dar um papel de relevo ao local para onde os turistas se dirigem. É necessário atender não só aos benefícios e bem-estar dos turistas, mas também ao das populações e comunidades visitadas e à sua envolvente social e cultural, sendo essencial promover os estilos de vida e património local.

Segundo Cobra “(...) um cliente satisfeito volta a comprar uma hospedagem, uma viagem, uma locação de carro, ou simplesmente uma nova visita à cidade, enquanto que um cliente insatisfeito passa a falar mal do serviço para “Deus e o mundo” (COBRA, 2001, p. 178).

Outro conceito a reter em marketing é o Marketing-Mix, que é um conjunto de ferramentas de marketing utilizado pelas empresas para conseguir atingir os seus objectivos comerciais em relação a um objetivo comum. Os 4P criados por Jerome McCarthy são os seguintes: **produto** (product), **preço** (price), **distribuição** (place) e **promoção** (promotion). (LOPES, 2011).

⁶ Baseado nos acetatos das aulas de Marketing do Turismo, do Professor Paulo Faustino, em 2015, na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. “Fases de Desenvolvimento – Marketing”

- **Produto**

“Os gerentes em organizações que seguem essa linha concentram-se em fabricar produtos de qualidade e em aperfeiçoá-los com o tempo. Eles presumem que os compradores admiram produtos bem-feitos e que podem avaliar qualidade e desempenho.” (KOTLER, 2000)

O produto é construído como método de satisfação de necessidades de um determinado grupo ou cliente. No produto devem estar incluídos não apenas bens ou serviços, mas também marcas, embalagens, serviços aos clientes e outras características. Quando se criam produtos, cinco níveis devem ser observados. São eles:

- **Benefício-núcleo:** é um benefício fundamental que o consumidor está a comprar.
- **Produto básico:** é aquele que o consumidor compra. Aqui são definidos os benefícios básicos dos produtos.
- **Produto real ou esperado:** apresenta cinco particularidades: nível de qualidade, características, design, marca e embalagem. É um conjunto de atribuições que os consumidores geralmente esperam.
- **Produto ampliado:** oferecem-se serviços e benefícios adicionais.
- **Produto potencial:** é constituído por todas as ampliações e modificações que esses produtos podem sofrer no futuro. É a provável evolução do produto. (PEREIRA, 2013)

- **Preço**

O preço é o custo do produto que um cliente paga para ser seu. O preço é um componente importante na definição de marketing-mix e do plano de marketing, uma vez que determina o lucro que uma empresa adquire. Ajustar o preço do produto tem um grande impacto em toda a estratégia de marketing, como pode afetar em muito as vendas e procura de um determinado produto. Estabelecer o preço certo é também crucial para o lucro do empreendimento turístico. (LOPES, 2011).

O consumidor, ao comprar um produto, paga o preço e recebe os benefícios dele. O preço é apenas uma parte do custo total que os clientes pagam numa troca, que também inclui várias outras variáveis.

Ao elaborar a estratégia de preço de um produto, deve-se considerar vários fatores. O preço tem o dever de ser suficientemente alto, para proporcionar lucro a quem o está a produzir, porém não pode ser demasiado alto ao ponto que desestimule a compra. O preço deve ser baixo mas não demasiado, senão os consumidores podem desconfiar da qualidade do produto.

“As multinacionais enfrentam diversos problemas de determinação de preço quando vendem para o mercado internacional. Elas precisam lidar com as diferenças de preço, preços de transferência, práticas de dumping e mercado paralelo.” (KOTLER, 2000)

- **Distribuição**

O terceiro “p” de *place* ou canal de distribuição, que executa todas as funções para ligar os “fabricantes” aos usuários-finais a fim de realizar a tarefa de marketing. De uma forma mais simples, distribuição, em marketing, significa disponibilizar o produto ou serviço ao cliente da forma mais fácil para ser adquirido.

O produto turístico tem de chegar ao turista, e para isso acontecer existe um caminho até o produto chegar ao turista. Antes do consumo o produto turístico tem de estar acessível e disponível, pelo que é necessário um sistema de distribuição. (LOPES, 2011)

“Muitos fabricantes acham que o seu trabalho está encerrado depois que o produto sai de suas instalações. Eles devem tomar cuidado com a maneira como o produto é levado para outros países e devem observar atentamente o problema de distribuição do produto ao usuário final.” (KOTLER, 2000)

Como a distribuição é um dos poucos elementos do marketing-mix que podem ser alterados com o objetivo de competir no mercado com outras empresas, as tecnologias de informação são importantes, em muitos casos, para ganhar vantagem no mercado através da diferenciação de produto.

- **Promoção**

A promoção é uma componente muito importante do marketing, dado que pode aumentar o reconhecimento do produto e vendas. A promoção entende-se como o conjunto de atividades de comunicação que as empresas, e promotores do turismo, desenvolvem para influenciar os públicos dos quais as suas vendas dependem, a escolher o seu produto.

Existem várias formas de promover o produto, seja através de relações públicas, quer através da história da empresa em que se expõem os pontos positivos, comparando-a algumas vezes a empresas com menos prestígio. Existe também a publicidade, tais como anúncios de televisão, de rádio, média e anúncios na internet, etc. Contudo, importa também referir a comunicação informal, povo “boca em boca”, seja pessoalmente ou através de comentários em redes sociais e na internet, como os comentários que muitas vezes podem ser deixados nas páginas oficiais de cada estabelecimento.

“As empresas podem usar as mesmas campanhas promocionais e de propaganda usadas no país de origem ou mudá-las de acordo com o mercado local, um processo chamado adaptação da comunicação. Se tanto o produto como a comunicação forem adaptados, a empresa faz uma adaptação de produtos/promoção.” (KOTLER, 2000)

Capítulo 2. Terrorismo: uma questão complexo

2.1. Definição de terrorismo

Assim como não há unanimidade no termo “Turismo”, o mesmo acontece com “Terrorismo”. Segundo o historiador Walter Laqueur o terrorismo é: “O uso de ameaça ou o uso da violência como um meio de combate, ou uma estratégia para conseguir certos objetivos, e pretende infundir nas vítimas um estado de medo, que é impiedoso e se encontra à margem de toda a regra humanitária, ... e a propaganda é um fator essencial da estratégia terrorista”. (BESSA, 2006)

O Código de Processo Penal dos EUA⁷ define o terrorismo como: “O uso ilegal da força e da violência contra pessoas ou bens para intimidar ou coagir um governo, a população civil, ou qualquer segmento da mesma, na prossecução dos objetivos políticos ou sociais.”

Segundo a Organização das Nações Unidas em 1992 o terrorismo é: “Um método inspirado pela ansiedade, de uma ação violenta repetida, usada por agentes clandestinos e semiclandestinos de forma individual, coletiva ou estatal, por motivos idiossincrásicos, criminais ou políticos, ao contrário dos assassinatos, no qual os objetivos diretos de violência não são os objetivos principais” (BESSA,2006)

Definição histórica- “O terrorismo é a ação armada contra civis; é a violência usada para fins políticos, não contra as forças repressivas de um Estado, mas contra seus cidadãos. Uma classificação atual distingue o terrorismo em pelo menos quatro categorias: terrorismo revolucionário; terrorismo nacionalista; terrorismo de Estado; e terrorismo de organizações criminosas (...)” (SILVA&SILVA, 2009)

Definição Jurídica- Lei de Combate ao Terrorismo (Lei n.º 52/2003, de 22 de Agosto), no seu Artigo 2º - “Considera-se grupo, organização ou associação terrorista todo o agrupamento de duas ou mais pessoas que, atuando concertadamente, visem prejudicar a integridade e a independência nacionais, impedir, alterar ou subverter o funcionamento das instituições do Estado previstas na Constituição, forçar a autoridade pública a praticar um ato, a abster-se de o praticar ou a tolerar que se pratique, ou ainda intimidar certas pessoas, grupos de pessoas ou a população em geral, mediante:

⁷ <https://www.fbi.gov/about-us/investigate/terrorism/terrorism-definition>

- a) Crime contra a vida, a integridade física ou a liberdade das pessoas;
- b) Crime contra a segurança dos transportes e das comunicações, incluindo as informáticas, telegráficas, telefónicas, de rádio ou de televisão;
- c) Crime de produção dolosa de perigo comum, através de incêndio, explosão, libertação de substâncias radioativas ou de gases tóxicos ou asfixiantes, de inundação ou avalanche, desmoronamento de construção, contaminação de alimentos e águas destinadas a consumo humano ou difusão de doença, praga, planta ou animal nocivo;
- d) Atos que destruam ou que impossibilitem o funcionamento ou desviem dos seus fins normais, definitiva ou temporariamente, total ou parcialmente, meios ou vias de comunicação, instalações de serviços públicos ou destinadas ao abastecimento e satisfação de necessidades vitais da população;
- e) Investigação e desenvolvimento de armas biológicas ou químicas;
- f) Crimes que impliquem o emprego de energia nuclear, armas de fogo, biológicas ou químicas, substâncias ou engenhos explosivos, meios incendiários de qualquer natureza, encomendas ou cartas armadilhadas; sempre que, pela sua natureza ou pelo contexto em que são cometidos, estes crimes sejam suscetíveis de afetar gravemente o Estado ou a população que se visa intimidar."

Definição Militar – Ministério da Defesa- glossário das forças armadas-Terrorismo: “Forma de ação que consiste no emprego da violência física ou psicológica, de forma premeditada, por indivíduos ou grupos adversos, apoiados ou não por Estados, com o intuito de coagir um governo, uma autoridade, um indivíduo, um grupo ou mesmo toda a população a adotar determinado comportamento. É motivado e organizado por razões políticas, ideológicas, económicas, ambientais, religiosas ou psicossociais.”⁸

Definição Política –“(…) pode consistir em um ou mais atos isolados, é a estratégia escolhida por um grupo ideologicamente homogéneo, que desenvolve sua luta clandestinamente entre o povo para convencê-lo a recorrer a ações demonstrativas que têm, em primeiro lugar, o papel de "vingar" as vítimas do terror exercido pela autoridade e, em segundo lugar, de "aterrorizar" esta última, mostrando como a capacidade de atingir o centro do poder é o resultado de uma organização sólida e 3) de uma mais ampla possibilidade de ação: através de um número cada vez maior de atentados (veja-se a sua sucessão nos anos de 1878 a 1881 na Rússia) que simboliza o crescimento qualitativo e

⁸http://www.defesa.gov.br/arquivos/File/legislacao/emcfa/publicacoes/md35_g_01_glossario_fa_4aed2007.pdf (pagina 255)

também quantitativo do movimento revolucionário.” (BOBBIO& MATTEUCCI& PASQUINO, 1998)

Definição do dicionário (Infopédia) – “Terrorismo é uma prática de atos violentos e dirigidos (assassinatos, raptos, extorsões, deflagração de bombas, etc.), contra um país, um governo, uma classe dominante ou mesmo pessoas indeterminadas, com o objetivo de causar terror e fragilizar o poder estabelecido, de forma a tentar impor determinados objetivos, geralmente de ordem política.”⁹

2.2. Contextualização histórica

Assim como o turismo, o terrorismo tem início na Antiga Grécia e no Império Romano, onde foram encontrados registos de atos de terror e violência.

Em março do ano 44 a.C., o Imperador romano Júlio César foi assassinado por vários membros do Senado – Terrorismo de Estado. Um dos primeiros grupos com fins de terror a aparecer foram os Zelotas, um grupo de judeus revolucionários idealistas que matavam em nome da fé. Os Zelotas eram movidos por ideais religiosos, que marcaram a vida política de Israel, de forma tal, que foram o verdadeiro motivo da derrocada sofrida então por Israel na luta contra os romanos. (BARBOSA,2006)

No século VII surgiu uma seita na Índia com práticas de caráter religioso que se destacava principalmente pelos rituais de sacrifício humano. Em dias santos, os membros sequestravam uma vítima ao acaso para a estrangular com um lenço de seda e ofereciam a vítima à deusa Kali (deusa do terror e destruição).¹⁰

Entre 1090 e 1275, na antiga Pérsia, surgem “Os Assassinos”, que tinham como objetivo a divulgação do islamismo puro no qual estavam incluídos assassinatos políticos levados a cabo por operacionais suicidas aos quais era prometido um paraíso de virgens, leite e mel, tal como acontece nos dias de hoje. Eles encontravam na religião a obrigação e motivação para cometer estas ações de violência. (ANTOCHEVIS, 2014)

O conceito de “terrorismo” no seu sentido contemporâneo surge no dicionário da academia francesa em 1789 devido à Revolução Francesa. O período compreendido entre 1793 e 1794 é caracterizado pela violência dos revolucionários. Dentre eles podemos destacar os girondinos, que representavam a burguesia, e os jacobinos, tidos como principais aliados entre os membros radicais da assembleia e do movimento popular. Os

⁹ <http://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/terrorismo%20>

¹⁰ Cenas documentadas no filme “*Indiana Jones e o Templo Perdido*” de Steven Spielberg (1984)

tribunais revolucionários, criados pelos jacobinos, decretavam execuções públicas e a prática de prisões em massa, ou seja, pensavam que sabiam o que era melhor para o povo e usavam o terror para inibir manifestações de oposição. Quase 100 anos após o fim da Revolução Francesa, a 13 de março de 1881, dia em que a Rússia receberia uma nova constituição, o Czar Alexandre II é assassinado por jovens anarquistas. (NASCIMENTO,2002)

No século XX foram várias as organizações terroristas secretas que surgiram após a 1ª Guerra Mundial apoiadas pelos governos da Bulgária, Sérvia, Grécia que percorriam as zonas rurais da Macedónia com o objetivo de conquistar a força e a lealdade das populações locais face aos países em nome de quem os terroristas operavam. O início da 1ª. Guerra Mundial desencadeou-se devido ao atentado perpetrado ao Arquiduque Francisco Fernando, herdeiro do trono imperial Austro-Húngaro assassinado a 28 de Julho de 1914 por um grupo terrorista sérvio chamado por Mão Negra, após várias tentativas falhadas. (NASCIMENTO, 2002)

Após a 1ª. Guerra Mundial surge a IRA (Exército Republicano Irlandês), grupo paramilitar católico e integralista, que pretendia separar a Irlanda do Norte do Reino Unido. Embora tenha recorrido a métodos terroristas, principalmente ataques bombistas e emboscadas com armas de fogo que tinham como objetivo atacar tradicionais protestantes, políticos unionistas e representantes do governo britânico. (NASCIMENTO,2002)

Com a ascensão de Hitler alguns grupos foram considerados indesejados, como as testemunhas de Jeová, os polacos, os eslavos, os ciganos, os homossexuais, os deficientes físicos e mentais, os judeus e os negros. Esse período ficou conhecido como Holocausto, o maior genocídio do século XX, liderado por Adolf Hitler e pelo Partido Nazi que ocorreu em todo o Terceiro Reich e nos territórios ocupados pelos alemães durante a guerra. Hitler mandava prender todos esses grupos indesejados em campos de concentração. Os alemães confinaram judeus e ciganos em guetos superlotados, até serem transportados, através de comboios de carga, para campos de extermínio, onde, se sobrevivessem à viagem, a maioria era sistematicamente morta em câmaras de gás.

Em 1941 chegou ao poder uma organização croata de extrema-direita chamada Ustasha, que praticou políticas fascistas e teve como consequência ser expulsa pelos partidistas comunistas jugoslavos e pelo exército vermelho em 1945. Em 1949, o líder comunista Mao Tsé Tung proclama a República Popular da China, introduzindo o regime

socialista, onde a população deveria ser “purificada” das tradições e pensamentos feudais, e onde foram mortos cerca de cinco milhões de chineses. (SIMIONI,2008)

Nas seguintes décadas (70 e 80), o terrorismo deixou de ser um problema só para os países diretamente afetados, tornando-se um fenómeno internacional. Em 1968 foi capturado um avião da companhia aérea israelita EL AL que fazia uma viagem de Roma para Tel Aviv. Quatro anos depois deu-se o atentado nos Jogos Olímpicos de Munique quando onze integrantes da equipa olímpica de Israel foram tomados de reféns pelo grupo terrorista palestino. Ainda nesta década de 70 surgem novos grupos terroristas: A.S.A.L.A (Exército Secreto para Libertação da Arménia); JCAG (Comandos de Justiça do Genocídio Arménio); IRA ou PIRA (Exército Republicano Irlandês Provisório); ETA (Euskadi Ta Askatasuna) uma das mais antigas organizações terroristas da Europa; GRAPO (Grupos de Resistência Antifascista Primeiro de Outubro). (NASCIMENTO 2002)

Na década de 80 e 90, com a implosão da URSS e a falência das ideologias marxistas-leninistas, a maior parte dos grupos terroristas de extrema-esquerda (que nas décadas anteriores abundavam) caíram. Na região do Médio-Oriente instaura-se um número maior de terror e conflitos de foro étnicos / religiosos.

Em 1987 é criada o Hamas, que desenvolve uma campanha terrorista contra o Estado de Israel, principalmente através de atentados bombistas aos militares. É o mais importante movimento fundamentalista islâmico da Palestina. Com a retirada soviética do Afeganistão em 1988, e o desmoronamento do regime marxista da União soviética em 1991, induziu-se uma profunda alteração na configuração do terrorismo internacional. Em dezembro de 1988, num voo transatlântico Pan Am do Aeroporto de Heathrow para o Aeroporto Internacional JFK, em Nova Iorque, o Boeing 747-121, explodiu matando cerca de 270 pessoas. Durante os anos noventa, progressivamente, a Al-Qaeda foi-se impondo no papel de centro coordenador e impulsionador do terrorismo islâmico internacional, surgindo como a primeira instituição privada clandestina capaz de apoiar e patrocinar grupos terroristas. (NASCIMENTO, 2002)

Em 1995 dá-se um dos piores atentados nos EUA, ataque esse à cidade de Oklahoma, e que resultou num bombardeamento, ocorrido a 19 de abril de 1995, no qual morreram 168 pessoas, 19 das quais eram crianças e mais de 800 feridos.¹¹ O ano de 1998 foi marcado por uma sequência de ataques terroristas contra embaixadas dos EUA na

¹¹ <http://www.ciencia-online.net/2015/01/25-piores-atentados-terroristas-de-sempre.html>

África com ligação ao grupo terrorista Al Qaeda, liderada por Osama bin Laden, fazendo mais de 200 mortos e milhares de feridos.

O início do século XXI foi marcado pelo atentado do 11 de Setembro de 2001, quando quatro aviões foram sequestrados e dois deles embateram contra o World Trade Center e parte do edifício do Pentágono em Washington, causando mais de três mil mortos, utilizados como projetéis dirigidos por dezanove muçulmanos suicidas. Pela primeira vez na história foi possível ver em direto um atentado de tamanha dimensão.

Em 2002 ocorreu o considerado mais mortal dos atentados terroristas na história da Indonésia, numa zona turística de Kuta. Neste atentado morreram 202 pessoas incluindo 38 locais quando alguns membros da Jemaah Islamiyah, um grupo islâmico terrorista, que usou de duas bombas e um carro-bomba.¹² Dois anos depois ocorreu um dos mais trágicos atentados na Europa desde 1988 conhecido como "11-M", que ocorreu a 11 de março de 2004. Dez bombas explodem em quatro comboios em Madrid, que foram reivindicados por um grupo terrorista de inspiração Al-Qaeda. Neste atentado morreram quase 200 pessoas.

Em 2005, um ano após os atentados de Madrid,¹³ ocorreram em Londres, capital do Reino Unido, quatro explosões em menos de uma hora, atingindo três metros (London Underground) e um autocarro de dois andares da London Buses. Neste atentado morreram 52 pessoas mais os quatro homens-bomba. Na Europa, nos últimos cinco anos, os países que têm sofrido com mais atentados, segundo a imprensa, são a França e Bélgica.

2.3. Grupos de terroristas

Os grupos de terroristas mais conhecidos são os seguintes:

- **Boko Haram**

Boko Haram é o grupo terrorista fundamentalista islâmico. O líder é Abubakar Shekau e foi o grupo terrorista que mais mortes causou em 2014. Este grupo tem como principal objetivo criar um estado islâmico na Nigéria, e, para isso, procura fazer com que

¹² <http://www.ciencia-online.net/2015/01/25-piores-atentados-terroristas-de-sempre.html>

¹³ <http://www.ciencia-online.net/2015/01/25-piores-atentados-terroristas-de-sempre.html>

os seus seguidores acreditem que esta seria a solução para a acabar com a corrupção e a má governança no país, embora o país esteja dividido entre muçulmanos e cristãos. A partir de 2009 o grupo assumiu uma postura mais violenta, matando vários civis, além de vários ataques a postos de polícia, centros comerciais, igrejas e locais sempre muito frequentados. A partir de 2011, o Boko Haram ficou mais forte e ampliou as suas ligações com a Al-Qaeda e com outros grupos jihadistas. (PALADINI,2014)

• **ISIL- Estado Islâmico do Iraque e da Síria**

Mais conhecido por Daesh ou de “Estado Islâmico”, como se auto intitularam, é um grupo terrorista com um passado longo. O nascimento deste grupo deveu-se à discórdia sobre o sucessor do profeta Maomé. Por um lado, os xiitas que defendiam que o sucessor fosse da família de Maomé e, por outro lado, os sunitas que defendiam que o sucessor poderia ser qualquer pessoa desde que a comunidade aceitasse o candidato por consenso. Uma vez que Maomé não tinha filhos, o único que poderia aceder ao cargo da família do mesmo seria o seu genro Ali Talib, contudo, era demasiado novo para ser o novo sucessor, e quem acabou por ficar com o seu lugar foi Uthmann ibn Affan, que segundo os xiitas defendia ideais opostos de Maomé. Esta divergência teve como consequência o assassinato de Uthman, abriu caminho para que Ali se tornasse califa, conforme a vontade dos xiitas. Anos mais tarde, Ali também é assassinado e os sunitas voltam a eleger o novo califa, e desde então são frequentes os confrontos entre os xiitas e sunitas.

O que caracteriza o “Estado Islâmico” é a sua vontade de mostrar a outros grupos islâmicos que são superiores, e chocar todo o Ocidente com ações violentas, como decapitações de opositores em praça pública e divulgação de atos de superioridade na internet.

O “Estado Islâmico” obriga as pessoas que vivem nas áreas que controla a se converterem ao islamismo, aqueles que se recusam podem sofrer torturas ou serem condenados a pena de morte. (LAURIA&SILVA;&RIBEIRO, 2015)

• **Taliban**

O Taliban é um movimento fundamentalista islâmico nacionalista que se difundiu no Paquistão e no Afeganistão. O grupo surge pela ação de um grupo de estudantes que, preocupados com a corrupção no país, formaram o Taliban para lutar contra a corrupção e contra os que não seguiam segundo o *Sharia*.

Os movimentos fundamentalistas islâmicos desenvolveram-se durante o século XX. Este grupo segue o livro sagrado, Alcorão, um exemplo de fundamentalismo e islamismo que não aceita um mundo que esteja fora das linhas do livro sagrado. Neste sentido, o fundamentalismo é definido como um apelo aos fiéis para que sigam os mandamentos do profeta Maomé restritamente, mantendo a unidade religiosa e a pureza.

O regime Taliban é caracterizado pela opressão e a brutalidade exercida contra o povo afegão, trata-se de uma ameaça não só ao ocidente, mas também ao próprio mundo islâmico. O talibã proíbe as mulheres de trabalharem porque a sua função é cuidar da casa e da família e procriar. Uma mulher não pode sair à rua sem o seu marido e muitas morrem por não puderem ser tratadas nos hospitais por correrem o risco de ser um médico ou enfermeiro a tratá-las. (DE SOUSA& SANTOS,2010)

• **Fulani Militants**

Os Fulani são um grupo étnico que compreende várias populações da África Ocidental, entre outras. Este grupo tem como objetivo atingir áreas agrícolas. Na Nigéria, as comunidades Fulani são as causadoras de anos de tensão com comunidades agrícolas devido a escassos recursos. As tensões entre os Fulani e os outros grupos étnicos são sobretudo sobre o uso de terra, mas podem haver razões religiosas que levam a vários conflitos.

O maior ataque cometido pelos militantes Fulani foi em 2014, quando um grupo de assaltantes abriu fogo contra os líderes comunitários e moradores que estavam reunidos na cidade de Galadima no estado de Zamfara. Neste atentado morreram cerca de 200 pessoas. (Global Terrorism Index, 2015)

• **Al-Qaeda**

A Al-Qaeda foi criada em Peshawar, no ano de 1984, por Osama Bin Laden e Abdullah Azzam. Inicialmente, a Al-Qaeda tinha o nome árabe de Maktab al Khidmat lil Mujahidin alArab (MAK) e funcionava como uma Direção de Serviços Afegã (Service Bureau). O objetivo deste Service Bureau era o de apoiar os estrangeiros, especialmente aqueles de origem árabe, que combatiam juntamente com a resistência afegã na sua luta contra as forças de ocupação soviéticas que haviam entrado no Afeganistão, em 1979. (NÓBREGA, 2013)

No dia 11 de Setembro de 2001, a Al-Qaeda levou a cabo o seu ataque terrorista mais bem organizado e letal contra a grande potência ocidental. Este ataque consistiu no desvio de quatro aviões; dois chocaram deliberadamente contra as Torres Gémeas do World Trade Center, em Nova Iorque, um chocou com o Pentágono, em Washington D.C., e o último despenhou-se num campo na Pensilvânia. Estes ataques resultaram num elevado número de mortos e feridos e transformaram a Al-Qaeda na mais mediática e conhecida organização terrorista, sendo que os seus membros e líderes passaram a constar das listas dos mais procurados criminosos e terroristas de todo o mundo.

É, então, possível afirmar-se que a ideologia da Al-Qaeda é composta por três grandes ideias básicas: (i) pela crença que a organização deve lutar a favor da revolta dos oprimidos, (ii) que as suas queixas têm um importante cariz político e (iii) que a sua visão do mundo é justificada por esses ideais. A escolha dos EUA como um dos seus principais inimigos, recai sobre o facto de se terem estabelecido na Arábia Saudita, e como alvo de vários ataques terroristas transformaram a Al-Qaeda numa organização temida e mediática e elevou os seus líderes. (NÓBREGA,2013)

• **Al-Shabaab**

O Al-Shabaab é um dos maiores grupos terroristas no ativo. A organização está dividida em várias células independentes que funcionam de forma autónoma e têm comandantes e políticos diferentes e, além disso, fazem parte da rede da Al-Qaeda.

Os principais objetivos deste grupo terrorista consistem em derrubar o Governo Federal de Transição e todos os seus apoiantes, e estabelecer uma versão mais radical da Sharia na Somália.

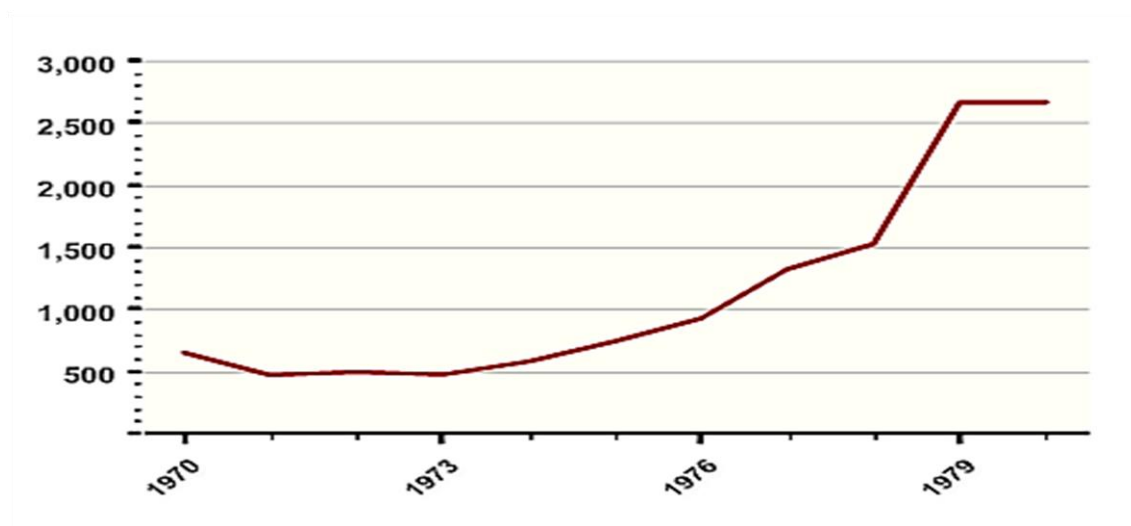
No entanto, esta organização faz mais do que cometer massacres, levando a cabo campanhas de tortura e humilhação que justificam com a aplicação da *Sharia*. É necessário ter aqui em conta que a *Sharia* tem várias interpretações e que há grupos mais moderados que também se baseiam nesta doutrina e que não cometem este tipo de atrocidades, pelo que o problema poderá estar na sua interpretação e uso como meio de justificar ações violentas. (Global Terrorism Index, 2015)

Para além de a população em geral ser alvo de perseguição e represálias, a Al Shabaab direciona muitos dos seus ataques a defensores de direitos humanos, trabalhadores humanitários, jornalistas e membros de organizações da sociedade civil,

especialmente organizações direcionadas para os direitos das mulheres, que a Al Shabaab insiste em não reconhecer e respeitar (Amnesty International, 2008).

2.4 Atentados

2.4.1 Uma abordagem mundial

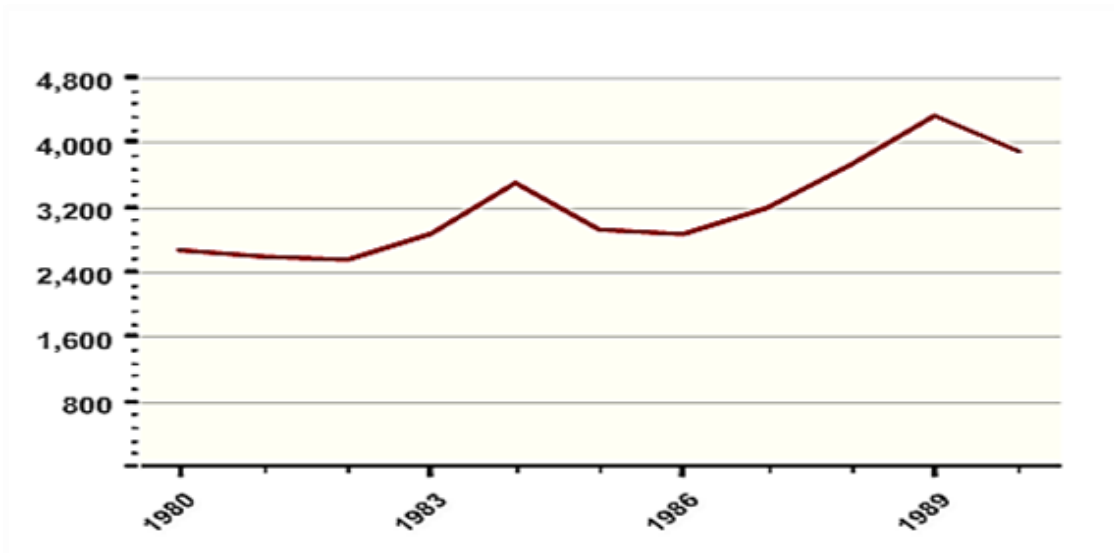


Fonte: GTD

Gráfico 1- Número de atentados (1970-1980)

Analisada a *Global Terrorism Database* (GTD) podemos claramente verificar um aumento no número de atentados registados, a nível mundial. Entre 1970 e 1980 foram registados 12 500 atentados com uma clara subida no ano de 1976 para 1979.

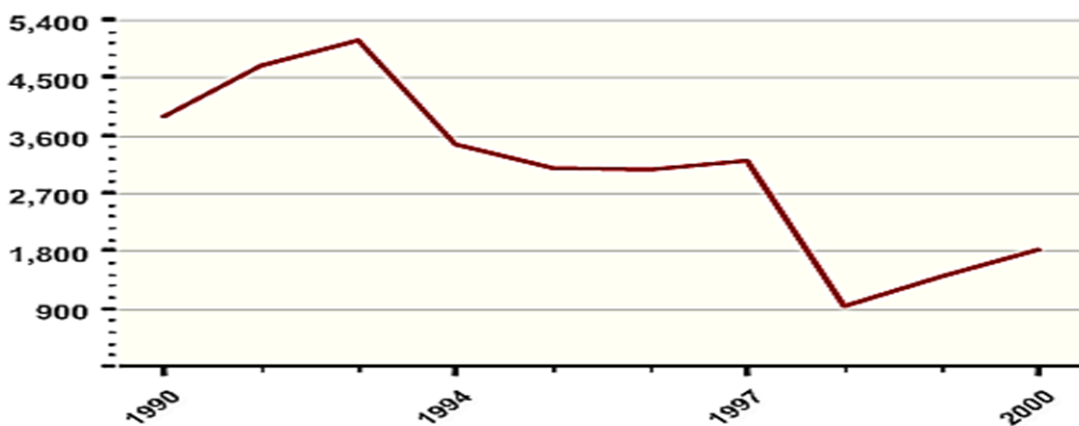
No início da década podemos verificar apenas uma ligeira descida de 1970 para 1971, sendo que até 1973 os números mantêm-se em níveis relativamente estáveis. Nos últimos anos da mesma década o número anual de atentados sobe até ultrapassar os 2 500 atentados, uma subida mais acentuada no ano 1978 para 1979. Nos anos 80 o número de atentados triplicou atingindo os 35 052 atentados.



Fonte: GTD
Gráfico 2- Número de atentados (1980-1990)

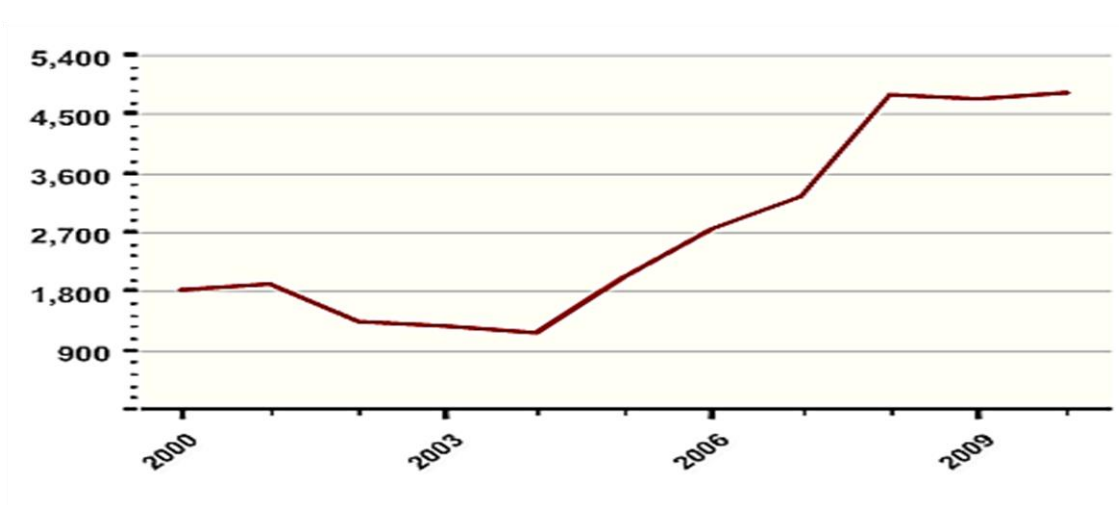
Na passagem da década, o número de atentados não sofreu grandes alterações e assim se manteve até 1982, embora nos dois anos seguintes o número de incidentes tenha subido, chegando a ultrapassar os 3 000 atentados anuais. De 1984 a 1986 é visível uma pequena descida no número de incidentes, embora de pouca duração, pois de 1986 para 1989 voltou a atingir números elevados, ultrapassando no final da década os 4 000 incidentes anuais.

A década de 90 é marcada por uma descida acentuada no número de atentados anuais, com exceção dos anos 1990 a 1992 e de 1998 a 2000 onde é visível uma subida. Em 1998 o número de atentados atingiu menos de metade do número de atentados em 1997.



Fonte: GTD
Gráfico 3- Número de atentados (1990-2000)

A destacar está o ano de 1997 para 1998, ano em que os valores atingidos são semelhantes ao ano 1976. A década de 90 sofreu segundo a GTD 30 594 incidentes.

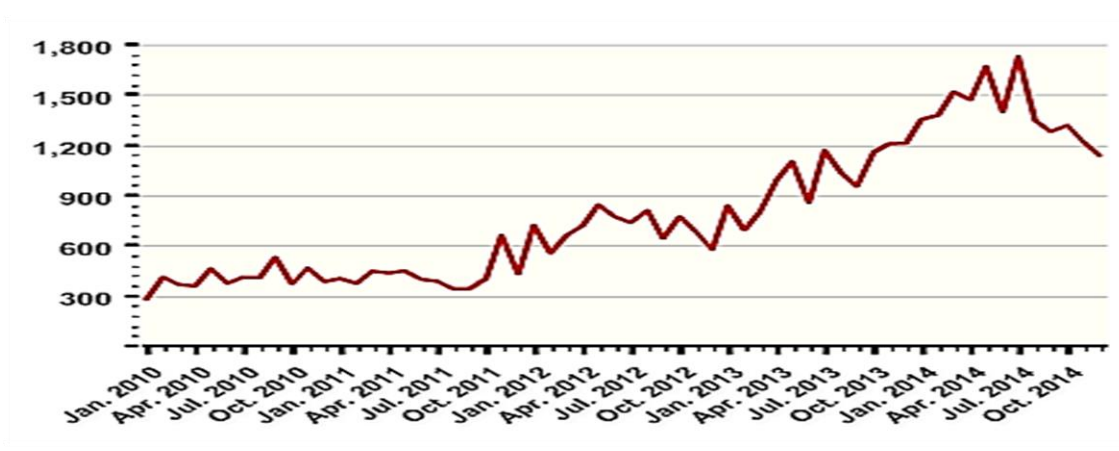


Fonte: GTD

Gráfico 4- Número de atentados (2000-2010)

O início do século XXI volta a ser marcado pelo número de atentados. ocorridos com apenas uma ligeira descida de 2000 para 2004, e de 2004 até 2010 com uma subida, atingindo novamente cerca de 5 000 atentados anuais, ou seja, dados idênticos aos do ano de 1993. Embora tenham voltado a atingir números elevados nestes dez anos, o número de atentados foi ligeiramente inferior ao da década de 90, atingindo apenas 29 811 ocorrências.¹⁴

De 2010 a 2014 foram muitos os incidentes ocorridos em comparação com as décadas anteriores (10 anos); em apenas 4 anos o número de atentados atingiu um patamar

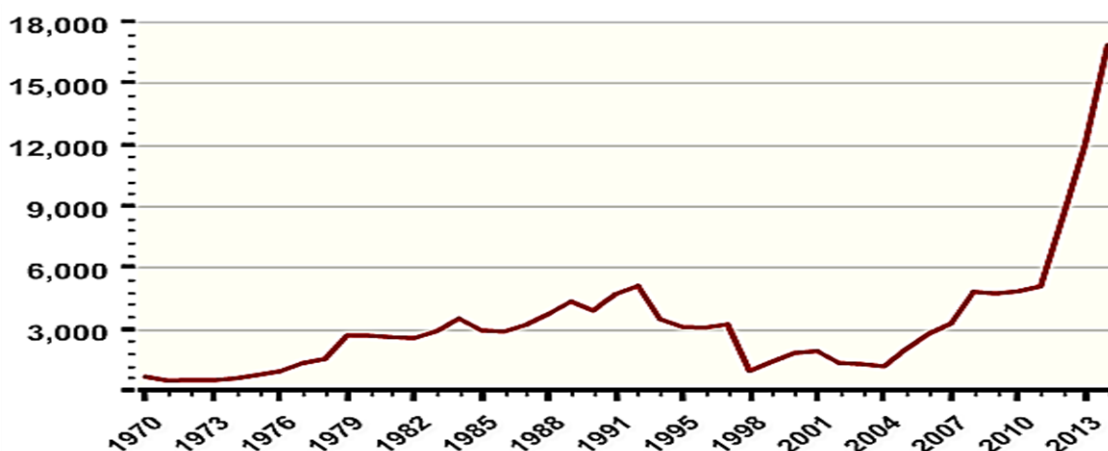


Fonte: GTD

Gráfico 5 - Número de atentados (2010-2014)

¹⁴ O 11 de Setembro não consta na lista dos atentados da Global Terrorism Database (GTD)

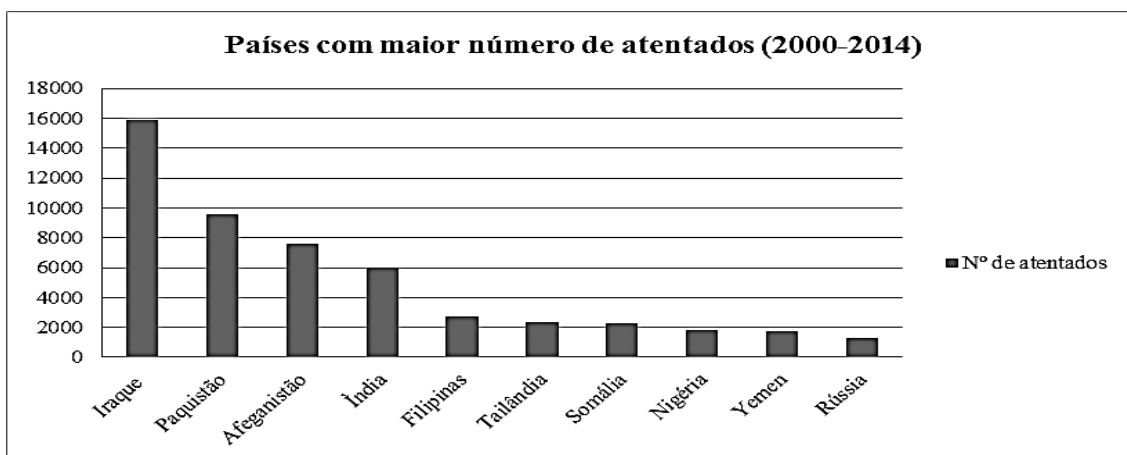
nunca antes visto. Em apenas quatro anos ocorreram 47 192 atentados, a destacar Julho de 2014, com quase 1 800 atentados. De 1970 a 2014 ocorreram 141 966 incidentes, sendo visível a subida acentuada desde 2011



Fonte. GTD

Gráfico 6 - Número de atentados (1970-2014)

O gráfico seguinte apresenta esquematizado os números dos dez países que mais ataques sofreram desde o início do século XXI.

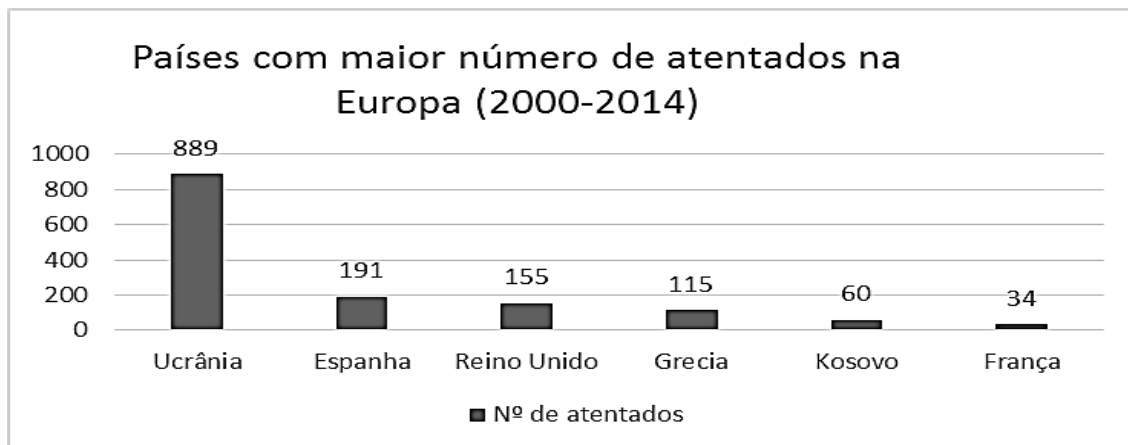


Elaboração própria, Fonte: GTD

Gráfico 7 – Países com maior número de atentados (2000-2014)

É possível verificar que nos anos entre 2000 e 2014, o país com maior índice de atentados terroristas foi, sem margens para dúvidas, o Iraque. Desde o ano de 2000 até 2014, o Iraque sofreu 15845 atentados, o Paquistão 9577, Afeganistão 7575, Índia 6023, Filipinas 2700, Tailândia 2388, Somália 2277, Nigéria 1849, Iémen 1726 e a Rússia 1305. Entre os anos de 2000 a 2003 a Índia indica o maior número de atentados, contudo com

o início da Guerra do Iraque, que iniciou em 2003 e durou quase nove anos, o número de atentados no Iraque ultrapassou significativamente o número de atentados na Índia. Não existem países europeus na lista dos mais atacados, embora a Rússia tenha algum território europeu.



Elaboração própria, Fonte: GTD

Gráfico 8- Países com maior número de atentados na Europa (2000-2014)

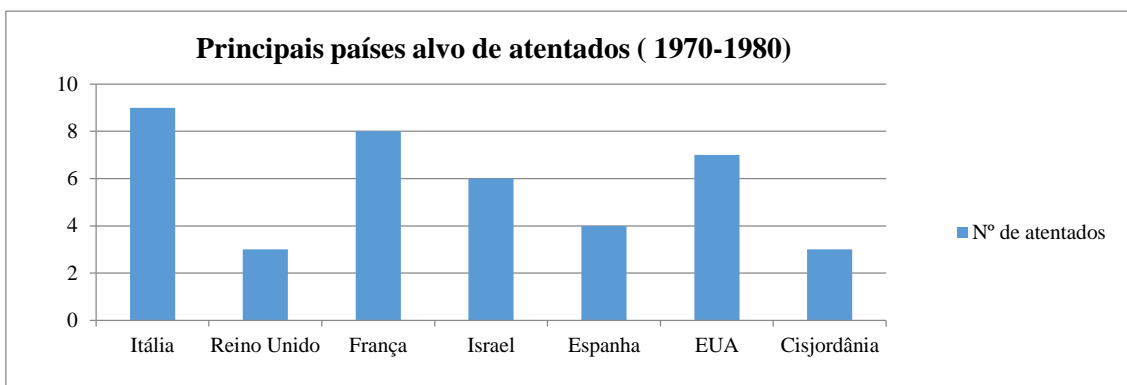
Como podemos observar no gráfico 8, onde nos é apresentado o número de atentados ocorridos na Europa desde o início do século XXI, é na Ucrânia que se regista o número mais elevado, com 889 atentados que foram cometidos no ano de 2014, ano em que se deu a Guerra Civil no Leste da Ucrânia. Com um número consideravelmente mais baixo em comparação com Ucrânia, regista-se Espanha, Reino Unido e Grécia, com números que rondam entre 100 e 200, e com número abaixo dos 100 atentados temos o Kosovo e a França.

2.4.2. Atentados a turistas

2.4.2.1. Geografia mundial dos atentados

Nas últimas décadas o turismo tem sido apontado como um dos setores mais importantes para o desenvolvimento socioeconómico. A fragilidade dos turistas é uma das vantagens dos terroristas, porque os turistas são pessoas menos atentas porque estão num momento de distração e lazer. A possibilidade de provocar medo e confusão em pontos turísticos tem como consequência desestabilizar a economia local e nacional.

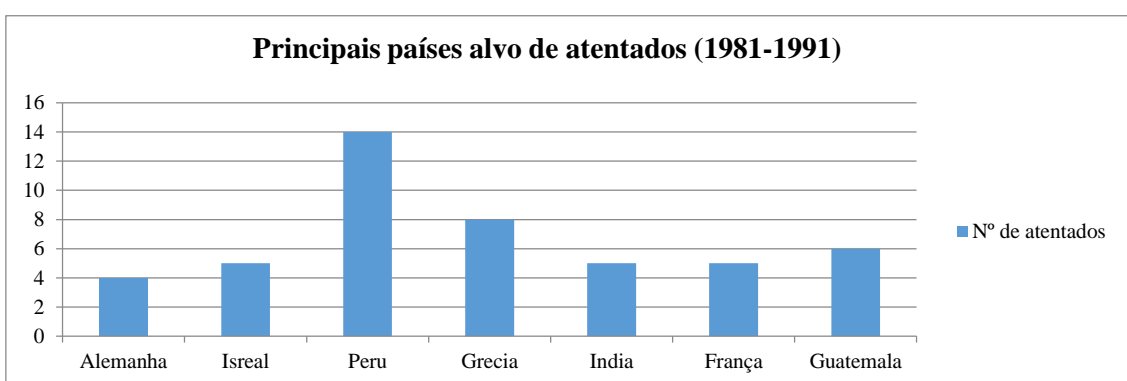
Além da publicidade feita em torno dos atentados prejudicar significativamente o setor turístico e a economia local.



Elaboração própria, Fonte: GTD

Gráfico 9- Principais países alvo de atentados (1970-1980)

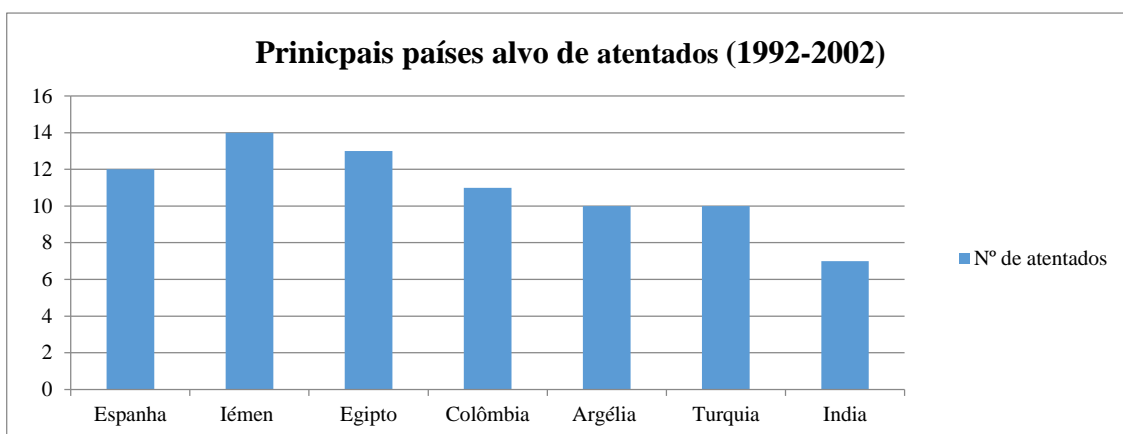
Os países que entre 1970 a 1980 sofreram maior número de atentados, direcionados a turistas, foram a Itália com nove atentados, sete dos quais ocorreram na capital (Roma), um em Milão e outro na ilha Íschia. No Reino Unido ocorreram três atentados, dois em Londres e um em Belfast. Em Espanha ocorreram quatro atentados, todos eles em sítios diferentes, mas três causados pela ETA. Na Cisjordânia três atentados, todos em locais diferentes. Em França sucederam oito atentados, dos quais sete foram em Paris e outro em Biarritz. Em Israel, dos seis atentados, cinco foram em Jerusalém e um em Afula. Nos EUA, com sete atentados, quatro deles em Nova Iorque e três em Los Angeles.



Elaboração própria, Fonte: GTD

Gráfico 10- Principais países alvo de atentados (1981-1991)

No período compreendido entre 1981 a 1991, pode destacar-se o Perú com o maior número de incidentes direcionados a turistas, com catorze atentados em apenas dez anos e quase todos pelo mesmo grupo de terroristas, Shining Path (SL)¹⁵. De seguida, regista-se a Grécia com oito atentados, dos quais sete ocorreram em Atenas, depois Guatemala com seis atentados, todos eles em cidades diferentes. A França/ Índia/Israel, com cinco atentados, praticamente todos em vários pontos de cada país, e a Alemanha com quatro atentados, também em cidades diferentes, embora três dos quatro atentados tenham sido na Alemanha Ocidental (RFA).



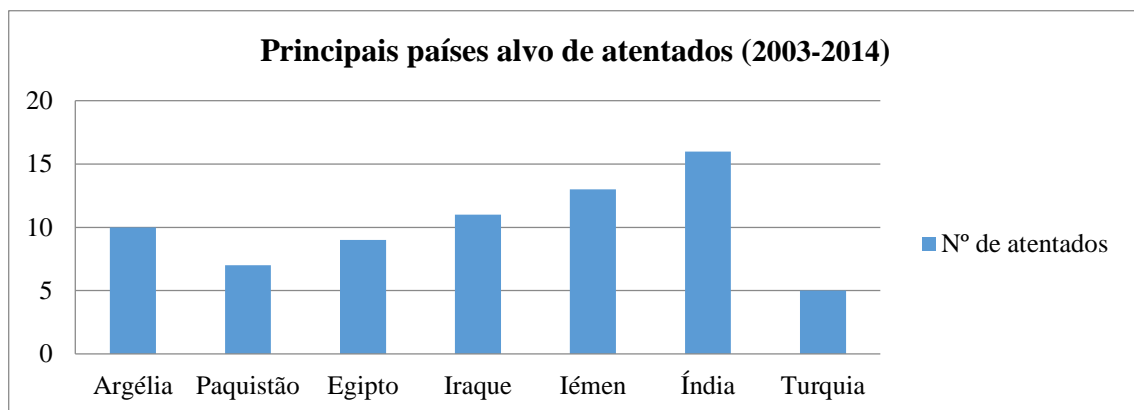
Elaboração própria, Fonte: GTD

Gráfico 11- Principais países alvo de atentados (1992-2002)

No fim do século (1992-2002) o país que veio a sofrer um maior número de atentados foi o Iémen com catorze atentados, de seguida o Egipto com treze atentados (um dos quais será analisado ao pormenor no capítulo III), a Espanha com doze (todos eles reivindicados pela ETA), a Colômbia com onze atentados (reivindicados pelo Exército de Libertação Nacional da Colômbia –ELN e pelas Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia -FARC). A Argélia e Turquia com dez incidentes e a Índia com nove incidentes.

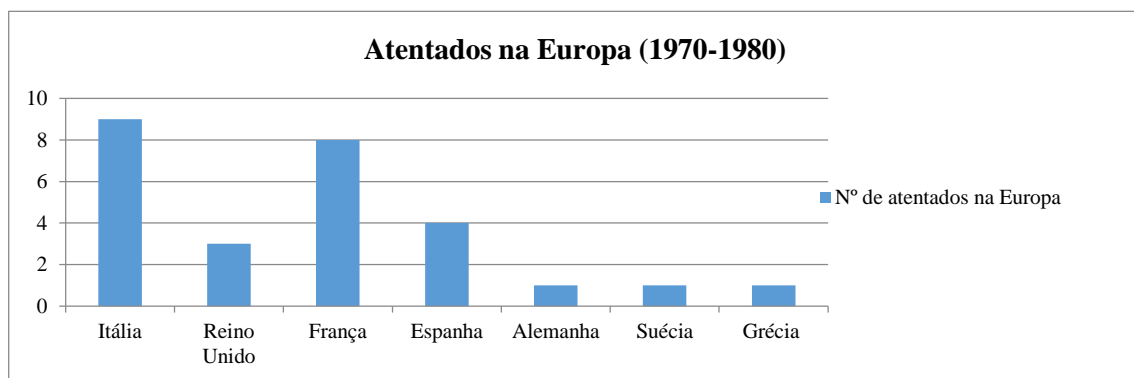
¹⁵ O Sendeiro Luminoso é uma organização de inspiração maoísta fundada na década de 1960 pelos corpos discentes e docentes de universidades do Peru, e é considerado o maior movimento terrorista do Peru.

Ao longo de onze anos a Argélia sofreu dez atentados, sete destes atentados foram reivindicados pela Al-Qaeda no Magrebe Islâmico (GSPC). O Paquistão sofreu sete atentados, tendo sido o mais grave em 2013 quando foram mortas onze pessoas. O Egito foi alvo de nove atentados, tendo sido o mais grave em 2005, quando morreram 91 pessoas e 110 ficaram feridas. O Iraque foi alvo de onze atentados e o Iémen treze, na maioria dos casos não se sabe qual o grupo terrorista responsável. Na Índia dos dezasseis atentados, sete foram em Srinagar, os restantes foram em cidades distintas. Na Turquia os cinco atentados foram todos em cidades diferentes.



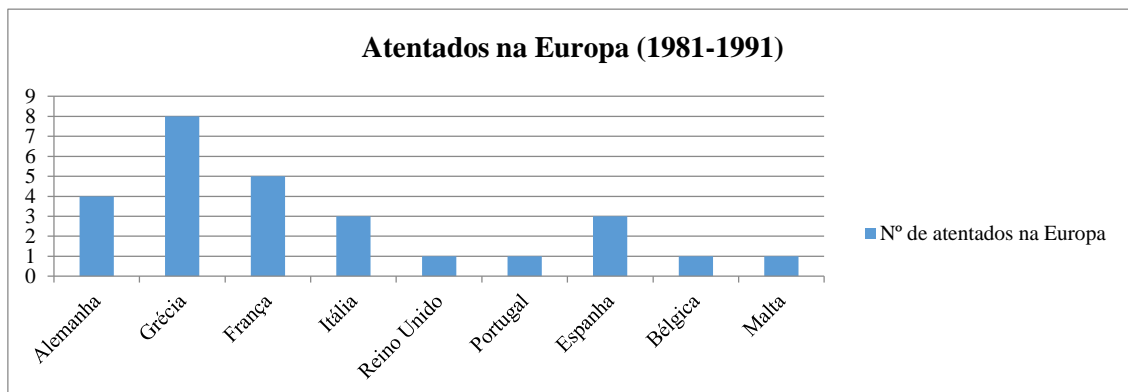
Elaboração própria, Fonte: GTD
Gráfico 12- Principais países alvo de atentados 2003-2014

2.4.2.2. A nível Europeu



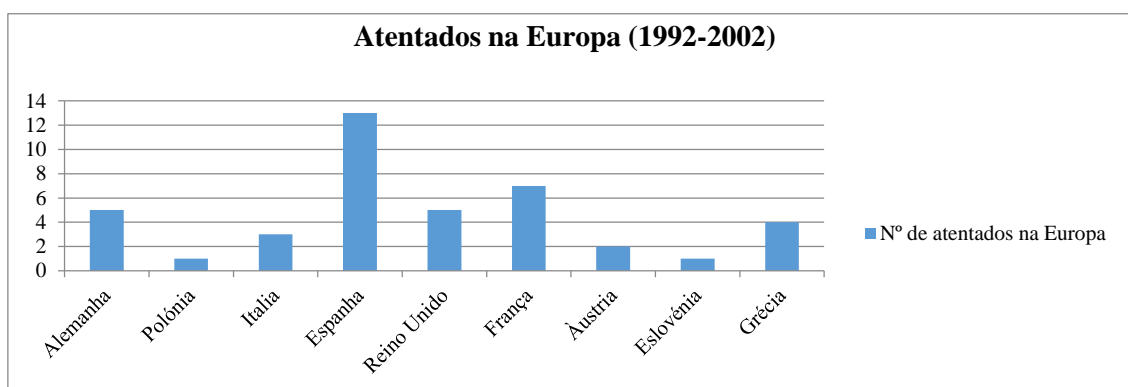
Elaboração própria, Fonte: GTD
Gráfico 13- Atentados na Europa (1970-1980)

De 1970 a 1980, na Europa, ocorreram 27 incidentes, em grande parte em França e na Itália, onde duas pessoas morreram. A Espanha sofreu quatro atentados e o Reino Unido três atentados no qual houve um morto. Na Alemanha, Suécia e Grécia sucedeu apenas um atentado.



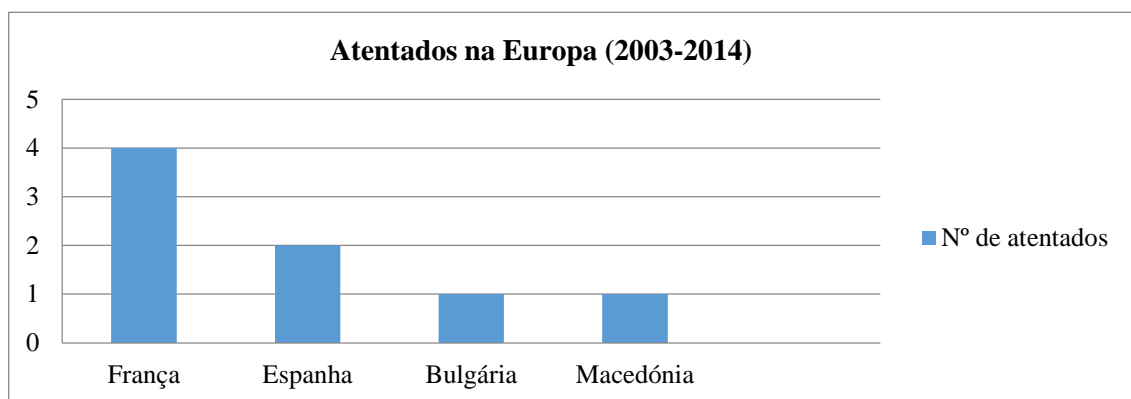
Elaboração própria, Fonte: GTD
Gráfico 14- Atentados na Europa (1981-1991)

De 1981 a 1991 a Europa voltou a ser alvo de 27 atentados. A Grécia foi a principal afetada com os atentados, sete dos oito atentados aconteceram na capital. A França foi o segundo país mais afetado, contudo, os atentados sucederam-se sempre em cidades diferentes. A Alemanha sofreu quatro atentados e a Espanha e Itália três atentados. Já o Reino Unido, Bélgica, Malta e Portugal sofreram apenas um atentado. Dos 27 atentados, houveram 3 vítimas mortais num atentado em Espanha.



Elaboração própria, Fonte: GTD
Gráfico 15- Atentados na Europa (1992-2002)

O fim do século XX e início do século XXI ficou marcado por um aumento no número de atentados na Europa. Espanha foi o país que mais ataques sofreu (13 incidentes), quase o dobro de França com sete incidentes. Na Alemanha e o Reino Unido ocorrem cinco incidentes, na Grécia quatro incidentes, Itália três incidentes e na Áustria dois incidentes. Na Polónia e Eslovénia ocorreu apenas um atentado. O atentado mais mortífero foi na Alemanha, em Colónia, com três mortes e três feridos.



Elaboração própria, Fonte: GTD
Gráfico 16- Atentados na Europa (2003-2014)

Em relação com os anos anteriores, é possível verificar que se registou uma queda acentuada no número de atentados a turistas. Em 11 anos os turistas foram alvo de atentados apenas oito vezes, quatro vezes em França, duas em Espanha, uma na Bulgária e Macedónia. O atentado que mais mortos fez foi o da Bulgária, quando sete pessoas perderam a vida e 30 ficaram feridos, no município de Burgas.

2.5. O impacto do terrorismo no turismo

Existem vários fatores que põem em causa o bom funcionamento da indústria turística, tais como os desastres naturais, guerras e o terrorismo. São várias as teorias sobre o que leva os terroristas a atacarem locais turísticos.

Segundo M.Grosspietsch, um professor da Universidade de Münster (Alemanha), cada caso é um caso, mas segundo uma análise feita aos atentados ocorridos em Bali em 2002, os terroristas escolhem locais turísticos, não porque o Corão é contra o conhecer novos sítios ou culturas, mas porque o turismo traz alguns efeitos não desejados, como a perda de laços familiares, o consumo de drogas, crimes, exportação infantil e prostituição,

que podem ameaçar certos valores culturais e religiosos. Ainda assim, o professor afirma que cada caso é um caso e esta teoria não se adequa a todos os casos. (KORSTANJE, 2009)

Por outro lado Janathan Essner tem uma teoria diferente a Grosspietsch. Essner, ao analisar o caso do Egito, considera que não são os destinos turísticos o que os terroristas procuram, mas sim a nacionalidade das vítimas. Neste sentido, os grupos fundamentalistas não escolhem destinos turísticos em si, mas aqueles cujos países são politicamente diferentes do seu. Além de prejudicar seriamente o setor turístico, prejudica economicamente o país recetor dos turistas. (KORSTANJE, 2009)

Não é apenas o turismo que sofre com os atentados, mas todas as áreas circundantes, bem como meios de transportes, hotéis e restaurantes. As consequências podem ser variadas: os turistas trocarem de destino turístico para um país mais seguro ou mesmo deixar de ir para o estrangeiro e ficar no seu país de residência. Além disso, o impacto do terrorismo sobre a economia de um país pode trazer desemprego, falta de convivência com outras culturas, incentivar o crime e outros problemas sociais.

Depois dos atentados do 11 de setembro de 2001 o mundo enfrentou uma das maiores crises socioeconómicas de todos os tempos. Além de afetar o turismo a nível global, afetou todo o sistema de segurança que teve de ser reavaliado. Uma semana após os atentados, várias companhias aéreas tiveram de despedir trabalhadores. Segundo o World Travel and Tourism Council a procura turística diminuiu cerca de 10% em todo o mundo, uma perda de cerca de 8,8 milhões de postos de trabalho (companhias aéreas, hotéis, agências de viagens). No entanto, algumas empresas mantiveram-se em crescimento durante 2000 e 2001, como o exemplo da Ryanair e outras companhias de baixos custos. (PLETERSKI, 2010).

Capítulo 3. - Estudo de Caso - O caso do Egito e da Tunísia

Este capítulo terceiro tem como objetivo principal a análise detalhada dos atentados terroristas ocorridos nestes dois países e como o turismo e a atividade turística foram afetados por estes incidentes. Considerando a possibilidade que dispunha de entrevistar sobreviventes destes dois acontecimentos, pareceu mais do que óbvio e proveitoso para o trabalho. Assim, contribuíram para este capítulo um sobrevivente do atentado em Luxor de 1997, e o segundo caso, de uma portuguesa que estava na Tunísia perto das praias em Sousse, quando se deu o atentado.

3.1 Egito

3.1.1 Contextualização histórica

Quando se fala no Egito, o pensamento recai de imediato sobre o deserto do Saara e o rio Nilo. No entanto, o Egito tem uma das mais longas histórias do mundo. O rio Nilo é uma das maiores riquezas do país.

A história do antigo Egito dura cerca de três mil anos, e é protagonizada por faraós, considerados os órgãos máximos do país. O cargo de faraó passava de pai para filho, embora com algumas exceções. A história do antigo Egito é dividida por três impérios, ou seja, o império antigo, médio e novo.

Em 1869 é inaugurado o Canal de Suez, fazendo a ligação entre o Mediterrâneo e o Mar Vermelho. Este canal permitiu uma circulação mais rápida da Europa para a Ásia Meridional, ou seja, não sendo necessário dar a volta a África. Este canal foi financiado pela França e pelo Egito, contudo, o Egito viu-se obrigado a vender a sua parte ao Reino Unido devido à dívida externa que contraíra ao longo dos anos anteriores.

Entre 1922 e 1953, o Egito teve a primeira experiência do que seria uma democracia parlamentar e um sistema multipartidário. No entanto, a corrupção do regime e as frequentes intervenções monárquicas da Grã-Bretanha levaram ao declínio socioeconómico e fraqueza política do país, que levou à eclosão da revolução de julho de 1952, liderada por Gamal Abdelnasser. Após a morte de Abdelnasser 1970, o poder foi assumido pelo presidente Anwar el-Sadat que iniciou o mandato com a preparação do estado para a Guerra de Outubro de 1973, no qual o Egito saiu vencedor.

Desde junho de 2014 a Comissão Eleitoral Presidencial declarou a vitória de Abdel Fattah El-Sisi na eleição presidencial egípcia, com 96,91% dos votos válidos. (Servicio de Informacion del Estado)

3.1.2. Geografia

O Egito está localizado no nordeste do Continente Africano e tem uma extensão territorial de 1.001.449 km². A norte, o Egito é limitado pelo Mar Mediterrâneo, maior mar interior do mundo com um litoral de 995 km de comprimento, com as principais cidades costeiras de Alexandria e Porto Said. A nordeste, o Egito faz fronteira com Israel, com que assinaram, em 1979, o Tratado de Paz israelo-egípcio e com a Palestina. A leste faz fronteira com Mar Vermelho, com um litoral de 1.941 km de extensão. A sul, o Egito tem uma fronteira de cerca de 1.280 km com o Sudão, desde 1956, ano em que se tornou num Estado Independente. A oeste faz fronteira com a Líbia, com uma margem de 1.115 km. Cerca de 96% da área do Egito é composta por deserto, os restantes 4% são referentes à área junto ao rio Nilo. Quase toda a população do país concentra-se ao longo do vale do Rio Nilo.

3.1.3. Turismo

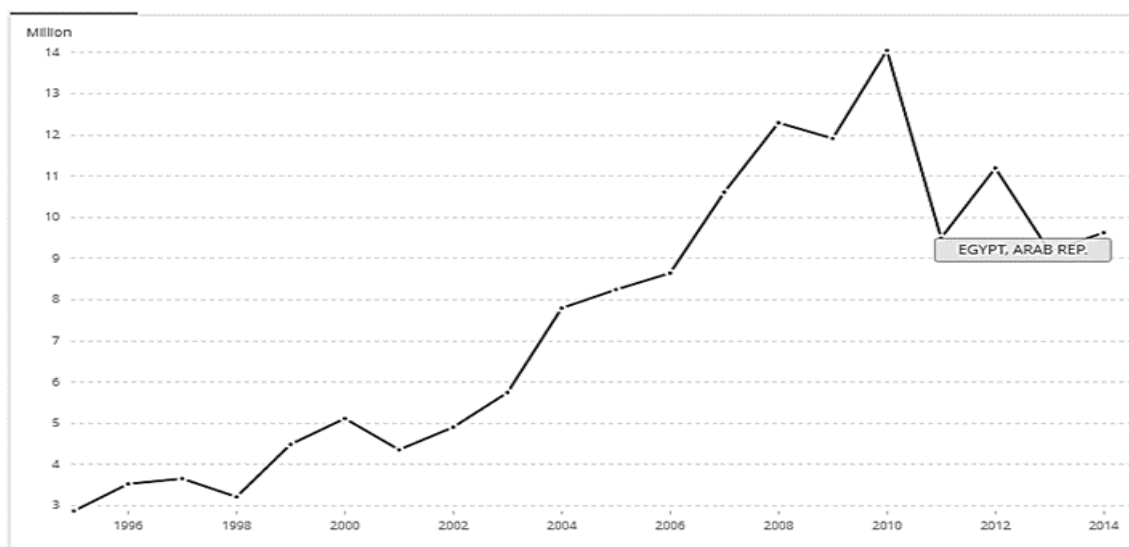
A Europa é o maior exportador de turismo para o Egito, representando 75,8% dos turistas que a visitam. Os russos estão no topo da lista de visitantes, com 19,8%, seguido pelos britânicos e depois os alemães. Além disso, o turismo é dos setores mais importantes em termos de criação de emprego, fornecendo empregos para 12,6% da força de trabalho total. (Servicio de Informacion del Estado)

Uma das primeiras regiões fora do continente europeu a receber influência do Turismo como nova atividade económica foi a África do Norte, com destaque para Marrocos, a Tunísia e o Egito. Contudo, por razões políticas e económicas, a Líbia e a Argélia não tiveram uma evolução tão acentuada. (CAMPOS 2008)

O Egito tem uma das mais longas histórias do mundo e um vasto património cultural. Além de toda a riqueza cultural no qual se engloba a gastronomia, também dispõe de praias paradisíacas com águas cristalinas, sendo, por isso, um país atrativo. Devido à sua localização geográfica e clima e por fazer fronteira com o Mar Mediterrâneo, é, desde os tempos antigos, um destino atraente, em especial para os exploradores e turistas. (Servicio de Informacion del Estado)

O turismo cultural é um dos mais antigos tipos de turismo no Egito pela época dos faraós e civilizações antigas. O principal destino para os turistas culturais no Egito é o vale do Nilo, especialmente as cidades de Cairo, Luxor e Aswan. O turismo de sol e praia, que é cada vez mais procurado, principalmente as praias do Mar vermelho, por serem águas cristalinas e ótimas para praticar mergulho. Além do turismo de sol e praia, também o turismo religioso e o turismo terapêutico estão em ascensão. (Servicio de Informacion del Estado)

Egito - Turismo internacional, número de chegadas (1995-2014)



Fonte: The World Bank

Gráfico 17- Egito - Turismo internacional, número de chegadas (1995-2014)

No gráfico acima representado é possível observar o número de turistas que deram entrada no Egito. Concluindo que ao longo dos anos de 1995 a 2014 se assistiu a um crescimento significativo. Até ao ano 2010, o país sofreu apenas duas descidas no número de turistas, em 1998 e 2001, contudo de 2010 em diante a queda foi bastante acentuada, principalmente de 2010 para 2011. Embora no ano seguinte tenha recuperado, as estatísticas apontam que em 2014 o número de chegadas de turistas é mais baixo que em 2007.

3.1.4. Terrorismo

O número total de ataques terroristas e total de mortes devido a ataques terroristas diminuiu 12% em 2015, comparado a 2014. Esta redução pode ser explicada pela diminuição do número de mortes no Iraque, Paquistão e Nigéria. Esta representa a

primeira queda no total de ataques terroristas e mortes no mundo desde o ano 2009. No entanto, em vários países, o Afeganistão, Bangladesh, Egito, Filipinas, Síria e Turquia, o número de ataques terroristas/ total de mortes devido a ataques terroristas, ou ambos, aumentaram acentuadamente em 2015. (GTD)

A Jihad Islâmica Egípcia é um grupo terrorista islâmico egípcio ativo desde o final da década de 1970. O grupo foi criado por grupo de estudantes influenciados pela Irmandade Muçulmana. A Jihad é tida como afiliada da Al-Qaeda e tem como objetivo destruir o governo egípcio e substituí-lo por um Estado Islâmico. Em 1981 encabeçaram o assassino do presidente Anwar Sadat. Dez anos depois, Ayman al-Zawahiri começa a liderar este grupo terrorista, que no passado albergava refugiados afegãos que fugiam da ocupação soviética. Al-Zawahiri é apontado como o mentor dos ataques terroristas realizados pela Al-Qaeda depois de 1998, com especial destaque para os ataques de 11 de Setembro de 2001. (NÓBREGA, 2013)

Al-Gama'a al-Islamiya, mais conhecido por Grupo Islâmico (IG), é um movimento sunita egípcio que pretende abolir o governo egípcio secular para instalar um regime islâmico. O grupo serviu como sendo a maior organização militante do Egito, que atraía principalmente estudantes universitários ou jovens licenciados desempregados das áreas urbanas do Egito. Para obter apoio para seu objetivo de estabelecer um regime islâmico, a organização executou vários ataques de extrema violência contra o governo egípcio de 1992 a 1998. (GTD) O grupo é mais conhecido pelo ataque de 1997 em Luxor, que matou cinquenta e oito turistas estrangeiros e quatro egípcios. (Fletcher, 2008)

Os ataques terroristas a lugares turísticos começam a ser mais frequentes nos anos 90, de 424 atentados 14 direcionados exclusivamente a turistas. O atentado com maior número de mortos foi em Luxor a 17 de novembro de 1997, onde 58 turistas perderam a vida. De 2000 a 2010 o número de atentados a turistas diminuiu para três, contudo, o número de mortes superou o da década anterior. Nos últimos cinco anos (2010-2015) foram registados seis incidentes e cinco turistas morreram. (GTD)

Atentados Terroristas a turistas no Egito (1970-2015)

GTD ID	DATE	COUNTRY	CITY	PERPETRATOR GROUP	FATALITIES	INJURED	TARGET TYPE
201402160002	2014-02-16	Egypt	Taba	Ansar Bayi al-Maqdis (Ansar Jerusalem)	5	14	Tourists
201206150006	2012-06-15	Egypt	Sadr Al-Haytan	Bedouin tribesmen	0	0	Tourists
201205310025	2012-05-31	Egypt	Unknown	Bedouin tribesmen	0	0	Tourists
201203180005	2012-03-18	Egypt	Unknown	Bedouin tribesmen (suspected)	0	0	Tourists, Private Citizens & Property
201202100004	2012-02-10	Egypt	Saint Catherine	Bedouin tribesmen	0	0	Tourists
201202030005	2012-02-03	Egypt	Saint Catherine	Unknown	0	0	Tourists
200604240001	2006-04-24	Egypt	Dahab	Egyptian Tawhid and Jihad	18	87	Tourists, Tourists, Business
200507230001	2005-07-23	Egypt	Sharm el-Sheikh	Abdullah Azzam Brigades, Egyptian Tawhid and Jihad	91	110	Tourists, Tourists, Business
200504300003	2005-04-30	Egypt	Cairo	Unknown	1	7	Tourists, Private Citizens & Property
199711170011	1997-11-17	Egypt	Luxor	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	58	0	Tourists, Private Citizens & Property, Police
199709180006	1997-09-18	Egypt	Cairo	Unknown	10	9	Tourists, Tourists
199604180004	1996-04-18	Egypt	Giza	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	17	15	Tourists
199410230005	1994-10-23	Egypt	Neqada, Oena governorate	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	2	4	Tourists
199408260008	1994-08-26	Egypt	Nag Hammadi	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	1	2	Tourists
199404130013	1994-04-13	Egypt	Assiut	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	0	0	Tourists
199403040013	1994-03-04	Egypt	Abu Tig	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	0	1	Tourists
199211120005	1992-11-12	Egypt	Oena	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	0	8	Tourists
199210250024	1992-10-25	Egypt	Upper Egypt	Muslim Militants	1	2	Tourists
199210250023	1992-10-25	Egypt	Port Said	Muslim Militants	0	3	Tourists
199210210001	1992-10-21	Egypt	Dayrut	Al-Gama'at al-Islamiyya (IG)	1	2	Tourists
199208210002	1992-08-21	Egypt	Oena Province	Muslim Militants	0	2	Tourists
199207150004	1992-07-15	Egypt	Luxor	Muslim Militants	0	4	Tourists
199002040008	1990-02-04	Egypt	Cairo	Organization for the oppressed in Egypt's	11	16	Tourists

Fonte: GTD

Tabela 1 - Egito - Turismo internacional, número de chegadas (1995-2015)

Os dois atentados com maior número de mortos foram os atentados do 17 de novembro de 1997 e 23 de julho de 2005. O atentado que registou mais vítimas mortais foi o de 23 de julho de 2005, em Sharm el-Sheikh. Sharm el Sheikh é considerada a "cidade da paz" onde várias conferências do Médio Oriente são realizadas para a assinatura de tratados. Nas comemorações do Dia Nacional da Revolução egípcia, 91 pessoas foram mortas, maioritariamente de nacionalidade egípcia e nove estrangeiros. O atentado foi constituído por três carros-bomba que explodiram no resort egípcio de Sharm el-Sheikh

A 17 de Novembro de 1997, em Deir el Bahar, no templo da rainha faraó Hatshepsut da 18ª dinastia, 58 turistas perderam a vida, 36 de nacionalidade suíça, 10 japoneses, 4 alemães, 6 britânicos e 2 colombianos. Além dos turistas morreram 3 polícias e um guia turístico de nacionalidade egípcia. Dois dos sobreviventes fizeram uma reconstituição do atentado. Um dos sobreviventes, Felix Müller, é atualmente Chefe de Redação do jornal “Neue Zürcher Zeitung am Sonntag”, um jornal suíço, o outro é Stephan Kopp, que perdeu a sua mulher neste atentado. Numa entrevista ao canal SRF, os dois sobreviventes contam como seis homens do grupo terrorista Al-Gama'a al-Islamiya entraram pelo templo e começaram a disparar com o objetivo de matar turistas independentemente das suas nacionalidades. Inicialmente pensavam que eram caçadores a disparar contra pássaros mas quando viram pessoas a cair, aperceberam-se do que realmente se estava a passar. Stephan Kopp perdeu a sua mulher e foi atingido com um tiro nas costas e apenas sobreviveu porque conseguiu esconder-se atrás das colunas. Felix Müller encontrava-se fora do templo de onde viu os primeiros mortos e uma mancha de sangue a cair pelas escadas abaixo.

Segundo um dos motoristas dos autocarros, os terroristas que entraram pelo autocarro tinham em mente deslocar-se para outro local turístico, contudo o motorista levou o autocarro em direção a um posto de polícia onde os terroristas acabaram por serem mortos.

Para Georg Kholer, professor de filosofia na Universidade de Zurique, existem duas possíveis razões para os terroristas terem escolhido os turistas como alvo (referidas na entrevista). (SRF, 2011) Por um lado, podia ser com o objetivo de atingir o governo, atingindo, assim, um dos fatores mais importantes da economia egípcia. Por outro lado, podia ser com o objetivo de assustar os turistas que traziam novas culturas e eram de religiões diferentes, que defendiam outros ideais que não os de deus.

Segundo Felix Müller, numa entrevista feita por telefone (Anexo I), os atentados terroristas têm os turistas como alvo por duas razões: ou se quer, através dos ataques aos turistas, mostrar a suposta influência corrupta da civilização ocidental e sem crenças em “deus”, ou então atingir o governo, prejudicando o turismo, que é a fonte de rendimento de muitos países. Da segunda vez que visitou o local do atentado, reparou em algumas alterações; as medidas de segurança foram reforçadas, a polícia estava mais presente nas entradas dos edifícios, como os museus ou hotéis, onde as pessoas eram revistadas.

As possíveis soluções, segundo Müller, passam pelas autoridades do país afetado comunicarem entre si, sem deixar escapar pormenores, evitando falhas de segurança.

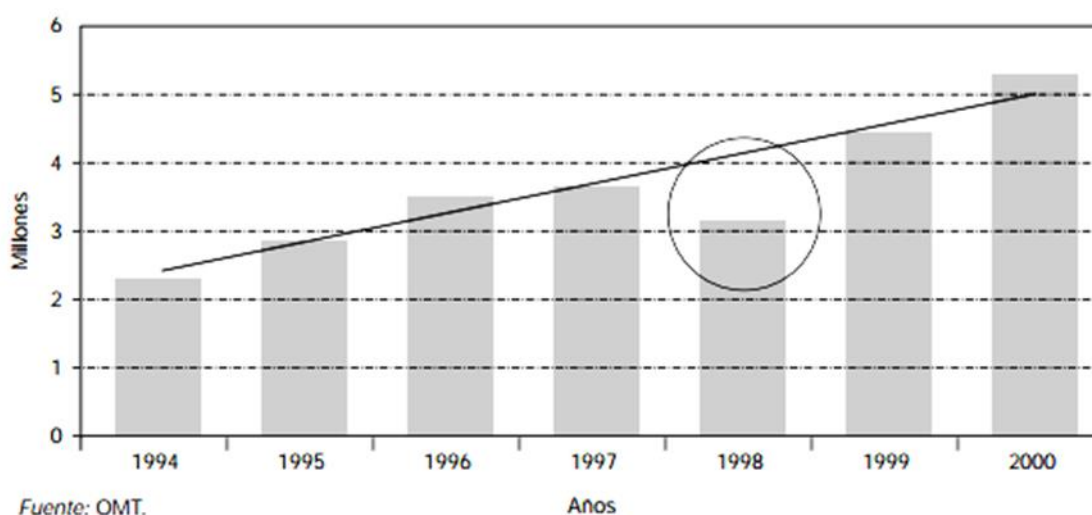
Após um atentado, a segurança tem de ser de tal maneira eficaz, que não hajam novos atentados, e assim cair em esquecimento.

3.1.5. Impacto no Turismo

Os efeitos que o terrorismo tem sobre o turismo podem ser classificados em dois tipos: segundo a frequência com que se sucedem, e segundo o número de vítimas que causam.

No Egito é grande o número de atentados contra turistas, o mais significativo foi o de Luxor em 1997. Segundo o gráfico abaixo apresentado é possível verificar que no ano após o atentado em Luxor, o número de chegadas baixou cerca de meio milhão.

Egito- chegadas de turistas internacionais 1994-2000

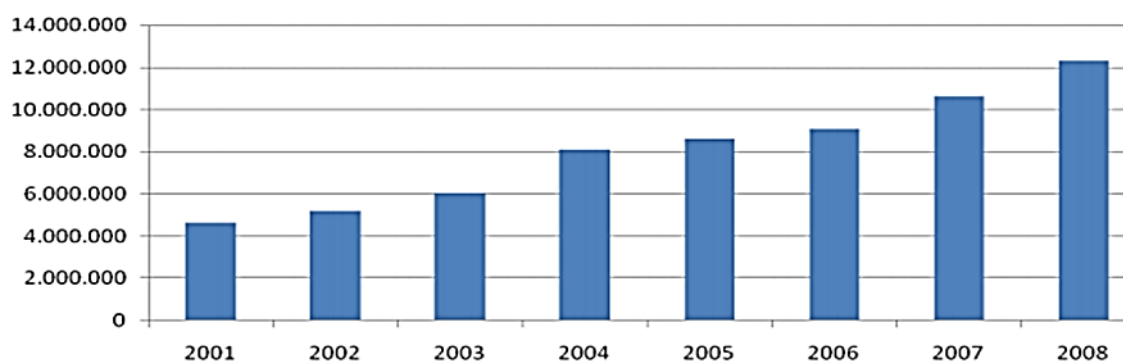


Fonte: LODEIRO, 2004

Gráfico18- Egito- chegadas de turistas internacionais 1994-2000

Enquanto o número de chegadas de turistas internacionais diminuiu após o atentado de 1997, o mesmo não se verificou no atentado em Sharm el-Sheikh, no ano de 2005. De 2003 para 2004 o número de turistas subiu cerca de 2 milhões, de 2005 a 2006 a subida foi pouco significativa, embora comparando com os acontecimentos sucedidos o contrário fosse de esperar.

Egito- Chegadas de turistas internacionais (2001-2008)



Fonte: PLETESKI,2010

Gráfico 19- Egito- Chegadas de turistas internacionais (2001-2008)

3.2 Tunísia

3.2.1 Contextualização histórica

A Tunísia foi colonizada por fenícios, um povo de origem semita, no ano 1000 a.C. Os fenícios foram os fundadores de Cartago, que se tornou numa potência do Mediterrâneo antigo. A história da região sempre foi conflituosa e gerou três guerras, três guerras entre Roma e Cartago, conhecidas como as Guerras Púnicas, foram travadas nos primeiros séculos antes do nascimento de Cristo. As Guerras Púnicas terminaram com a vitória de Roma sobre Cartago, em 146 a.C. (NELSON,1986)

O domínio romano rapidamente foi substituído pelos vândalos¹⁶, que fez Cartago a capital do seu reino. Os vândalos, que eram cristãos arianos, tentaram destruir a influência eclesiástica católica romana, conquistaram Sardenha e Córsega e lançaram ataques a Itália, devastando a cidade de Roma, em 455. Com o tempo, os vândalos perderam o seu espírito guerreiro, e o seu reino caiu para o Império Bizantino, liderado pelo general Belisário que, em 533, começou a reconquista do Norte de África para o Império romano. O domínio romano estendeu-se por vários séculos, até meados do séc. IX, quando a região se tornou muçulmana. Em 632, após a morte do profeta Maomé, os seus seguidores iniciaram o processo de expansão muçulmana, conquistando a região do Magrebe em 642. Em 670 a expansão árabe cresceu com a liderança do comandante, Uqba ben Nafi, que fundou a cidade de Cairão como uma base militar cerca de 150

¹⁶ Os Vândalos eram uma tribo germânica oriental que penetrou no Império Romano durante o século V e criou um estado no norte da África ocupando a cidade de Cartago.

quilómetros ao sul de Cartago. Cartago caiu em 693, mas os últimos focos de resistência bizantina na costa Norte Africana foram destruídos somente depois dos árabes obterem a supremacia naval do Mediterrâneo. Em 1574, após a dissipação dos califados árabes, os paxás¹⁷ turcos do Império Otomano começaram a governar a Tunísia e permaneceu administrada por governadores turcos até 1881, quando se torna protetorado da França. (NELSON,1986)

Após a independência dada pela França em 1956, o presidente Habib Bourguiba estabeleceu um rigoroso estado de partido único que dominou o país durante 31 anos, reprimindo o fundamentalismo islâmico. Habib Bourghiba é substituído em outubro de 1987 por Zine El Abidine Ben Ali, sob o pretexto de que não estava apto a exercer as suas funções de presidente. (NELSON,1986)

O novo presidente põe em vigor o multipartidarismo para acabar com os conflitos. Com a promessa de crescimento económico e liberdade de expressão, Zine El Abidine Ben Ali é reeleito cinco vezes, sempre com maioria absoluta dos votos (1989: 99,27% / 1994: 99,91% / 1999: 99,45% / 2004: 94,49% e 2009: 89,62%). Embora tenha prometido liberdade de expressão do seu mandato foram marcados pela censura de livros didáticos, órgãos de comunicação e violações dos direitos humanos. (DI FÁTIMA,2013)

Os anos de 2010 e 2011 foram marcados por uma série de manifestações. A Primavera Árabe ficou caracterizada por protestos ocorridos em países de língua árabe a partir do final de 2010, numa população profundamente insatisfeita com os rumos político-sociais do país e clamava por democracia, exigindo o fim da ditadura de Zine El Abidine Ben Ali, que se encontrava no poder há 23 anos.

A “gota de água” deu-se a 17 de dezembro de 2010 quando um jovem, Mohamed Bouazizi, vendedor de rua tunisino, se autoimolou, quando viu as autoridades da cidade confiscarem o carrinho de frutas do jovem, alegando ser ilegal a venda ambulante na Tunísia. Devido a filmagem e divulgação das imagens da autoimolação de Bouazizi na última semana de dezembro de 2010, os protestos haviam-se espalhado por várias cidades. Em 4 de janeiro, Mohamed Bouazizi é declarado morto devido às queimaduras da autoimolação e no dia 14 de janeiro, Ben Ali teve de fugir para a Arábia Saudita. (DI FÁTIMA,2013)

Atualmente, a Tunísia tem como primeiro-ministro Habib Essid, sendo o primeiro chefe de governo da segunda República da Tunísia.

¹⁷ Governador de província ou chefe militar, na Turquia

3.2.2. Geografia

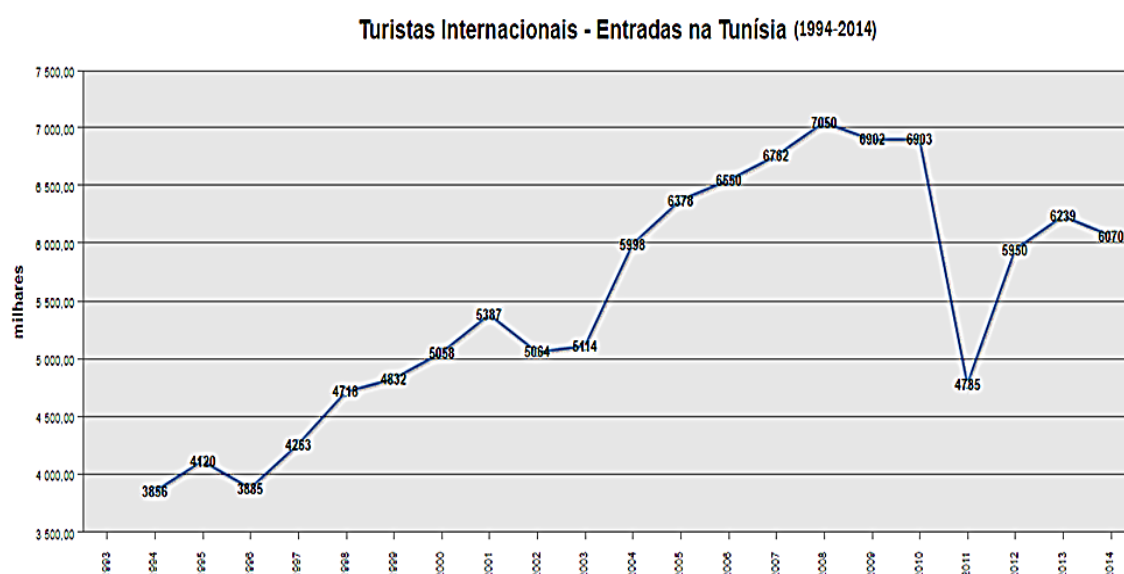
A Tunísia é um país relativamente pequeno do norte de África, pois tem uma extensão territorial de 163.610 quilômetros quadrados. A norte e leste é limitada pelo Mar Mediterrâneo, a oeste faz fronteira com a Argélia, a sudeste com a Líbia.

O norte do país é montanhoso, onde é possível encontrar a famosa montanha Atlas, que se estende desde Marrocos até à Tunísia. A sul é possível encontrar uma área árida, principalmente perto do deserto de Saara. A costa tunisina tem uma planície bastante fértil, chamada Sahel, ao longo do Mediterrâneo. O ponto mais alto da Tunísia é Djebel Chambi, uma montanha com 1544 metros de altura, que está localizada na parte norte do país, perto da cidade Kasserine, enquanto o ponto mais baixo da Tunísia é Chott el Gharsa, a sudoeste do país perto da fronteira com a Argélia. (Worldatlas)

3.2.3. Turismo

Uma das maiores atrações da Tunísia é a beleza das suas praias. Ao longo de toda a costa existem hotéis esplendorosos, espaçosos e bem conservados, para receber os turistas.

A Tunísia é um dos principais destinos para o turismo cultural: com a maior coleção de mosaicos romanos do mundo (Museu Nacional do Bardo), os principais restos da civilização cartaginesa, inúmeros sítios arqueológicos, e monumentos excepcionais, como o Anfiteatro de El Jem, o segundo maior coliseu do mundo, o Mausoléu de Bourguiba em Monastir, o Capitólio de Dougga, as grandes mesquitas de Cairão e Túnis.



Elaboração própria, Fonte: *Institut National de la Statistique (INS) de Tunisie* <http://www.ins.tn/>
Gráfico 20- Turistas Internacionais – Entradas na Tunísia (1994-2014)

De 1996 a 2001, o número de chegadas tem vindo sempre a aumentar. De 2002 para 2003 os números estagnaram, contudo de 2004 até 2008 aumentou significativamente,

configurações	2009	2010	2011	Diferença em% 2011/2010	Diferença em% 2011/2009
receitas turísticas em MDT	3471,9	3.522.5	2.364.5	-32,9	-31,9
dormidas totais	34623.504	35565104	21236067	-40,3	-38,7
Chegadas nas fronteiras	6901406	6902749	4781896	-30,7	-30,7

Fonte: Instituto Nacional de Estatística- 'Institut National de la Statistique (INS) de Tunisie
Tabela 2- Receias turísticas/ dormidas totais/ chegadas nas fronteiras- diferenças entre 2011/2010 e 2011/2009

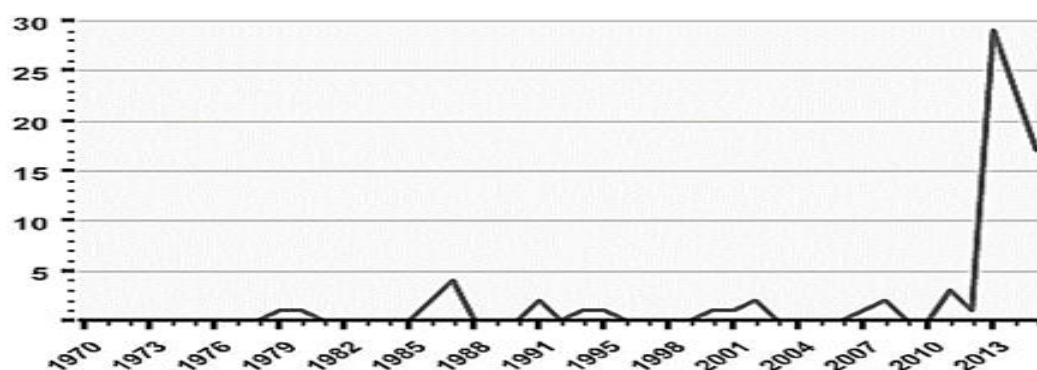
chegando a atingir 7 milhares de chegadas internacionais no país. De 2010 para 2011 (aquando a Primavera Árabe), a queda foi de tal forma acentuada que chegou a atingir dados idênticos aos do ano de 1999. Após as manifestações constantes do ano 2011, as chegadas voltaram a aumentar mais de um milhar em apenas um ano.

De 2009 a 2010, o número de receitas turísticas subiu ligeiramente, assim como as dormidas totais e as chegadas às fronteiras. Como foi anteriormente referido, em 2011 o país foi marcado por várias manifestações e conflitos de estado, o que levou a uma descida significativa no setor turístico. Em 2011 as receitas turísticas baixaram 32,9% em comparação ao ano anterior, assim como o número de dormidas que diminuíram 40,3% e as chegadas às fronteiras com uma baixa de 30,7 %.

3.2.4 Terrorismo

De 1970 a 2015 a Tunísia foi alvo de 92 atentados, segundo os dados da GTD. Nos anos 70 foi registado apenas um incidente, no qual não foi registada nenhuma vítima mortal. Nos anos 80 o número de incidentes subiu para sete, no qual cinco dos atentados ocorreram na cidade de Túnis, tendo sido registado em Gafsa o mais mortífero, com 41 vítimas mortais. Nos anos 90 o número de incidentes desceu para quarto, e mais uma vez a cidade de Túnis foi a mais atingida. Do início do século XXI até ao início da Primavera Árabe, o país voltou a ser atacado por grupos terroristas sete vezes. O terrorismo na Tunísia destaca-se, contudo, no ano de 2013, como é possível verificar no gráfico abaixo apresentado.

Atentados na Tunísia (1970-2015)



Fonte: GTD

Gráfico 21- Atentados na Tunísia (1970-2015)

Em 2013 ocorreram 29 atentados, dos quais a maioria foram direcionados a militares e polícias. Os principais grupos responsáveis por estes atentados foram fundamentalistas muçulmanos e os Ansar al Sharia.

A ascensão de organizações extremistas na Tunísia, desde janeiro de 2011 até à revolução, incluindo Ansar al-Sharia na Tunísia (AAS-T) e da Al-Qaeda no Magrebe Islâmico (AQIM), são um desafio para o governo tunisino. Ainda assim, em 2014, o Governo da Tunísia afirmou ter detido cerca de 2.700 terroristas, o dobro do número de detidos de 2013. Os atentados a turistas não são frequentes na Tunísia, desde 1970 até 2015 foram apenas sete os atentados com fins de atacar turistas.

Atentados direcionados a turistas na Tunísia (2002-2015)

GTD ID	DATE	COUNTRY	CITY	PERPETRATOR GROUP	FATALITIES	INJURED	TARGET TYPE
201506260004	2015-06-26	Tunisia	Sousse	Jund al-Khilafah (Tunisia)	40	36	Business,Tourists
201503180017	2015-03-18	Tunisia	Tunis	Jund al-Khilafah (Tunisia) (suspected),Okba Ibn Nafaa Brigade	24	42	Tourists,Private Citizens & Property
201303310040	2013-03-31	Tunisia	Hergla	Unknown	0	0	Tourists
200811010022	2008-02-22	Tunisia	Unknown	Al-Qaida in the Islamic Maghreb (AQIM)	0	0	Tourists
200802220008	2008-02-22	Tunisia	Matmata	Al-Qaida in the Islamic Maghreb (AQIM)	0	0	Tourists
200204110004	2002-04-11	Tunisia	Unknown	Unaffiliated Individual(s)	10	20	Religious Figures/Institutions,Private Citizens & Property,Tourists
200204110003	2002-04-11	Tunisia	Er Riadh	Al-Qaida	21	30	Religious Figures/Institutions,Tourists,Tourists

Fonte: GTD

Tabela 3- Atentados direcionados a turistas na Tunísia (2002-2015)

A 11 de abril de 2002 um homem tunisino, embateu com um camião cisterna com 5.000 litros de gás natural na sinagoga Ghriba em Djerba. Este atentado causou 21 mortos dos quais 14 eram alemães, dois franceses e cinco tunisinos. O atentado foi reivindicado pela Al-Qaeda em duas entrevistas televisivas para os média de língua árabe.

A 18 de Março, o mesmo grupo terrorista, atacou turistas no Museu Bardo na cidade de Túnis: primeiro dispararam contra as pessoas que estavam no autocarro fora do museu e, em seguida, entraram no museu, onde fizeram 10 pessoas como reféns, que foram resgatadas horas depois. Foram mortas 24 pessoas e outras 42 ficaram feridas no ataque.

Meses depois do atentado anteriormente referido, a 26 de junho de 2015 ocorreu o atentado mais mortífero. O atentado ocorreu perto da cidade de Sousse e causou a morte de 40 pessoas. O autor deste atentado, um jovem de 23 anos, abriu fogo com uma Kalachnikov na praia de um hotel de luxo repleto de turistas. O grupo extremista autoproclamado Estado Islâmico (EI) reivindicou o atentado.

3.2.5 Impacto no turismo

O setor turístico foi afetado nos últimos anos por duas situações: inicialmente devido à Revolução de 2011, que afastou vários turistas, devido a constantes manifestações e à insegurança vivida no país; depois, deveu-se aos atentados terroristas existentes em 2015, quando os terroristas atacam os turistas.

No setor turístico, a Tunísia diminuiu de 6,7 milhões de turistas em 2010, para 5,9 milhões em 2012, diminuição atribuída à revolução de 2011. (SANTOS, 2013)

Em 2013 e 2014 o PIB cresceu 2,3 %, enquanto que em 2015 cresceu apenas 0,5%, quando era previsto uma subida de 3 %. A economia da Tunísia sofreu um forte revés, em grande parte em consequência dos ataques terroristas de 2015, que afetaram setores económicos fundamentais como o setor do turismo, que representa cerca de 7 % do PIB e cerca de 15 % da mão-de-obra, e no setor dos transportes, que contribui igualmente para cerca de 7 % do PIB, 20 % no que diz respeito as viagens de turismo.

Sara Portela, uma psicóloga que se encontrava em Sousse no dia do atentado de 26 de junho de 2015, narra numa entrevista (Anexo 2), o momento em que teve perceção que algo estava de errado. Na chegada ao hotel foi informada para não sair do seu interior. Contudo, só teve conhecimento da ocorrência do atentado através da televisão, uma vez que os funcionários do hotel tentaram omitir o sucedido para evitar o caos.

Os meios de comunicação social foram cruciais, pois além de informarem os turistas sobre o que se estava a passar, foram a única fonte de informação que tiveram, enquanto que no hotel ninguém explicava o que se passava nem o que tinham de fazer. Foram várias as queixas contra os operadores turísticos, que não estavam preparados para lidar com o sucedido.

Capítulo 4 – Inquérito aos turistas

4.1. Enquadramento metodológico

Este quarto capítulo tem como objetivo perceber quais os medos que os turistas têm quando viajam, assim como os cuidados a ter sempre que planeiam uma viagem. Também foi questionado sobre os fatores que poderiam ser importantes para a recuperação de um país/ cidade após um atentado a nível turístico, ou seja, o que seria importante ser feito no país de destino para ganhar novamente a confiança dos turistas.

O instrumento de colheita de dados selecionado foi o inquérito por questionário em português e inglês, para poder atingir o maior número de pessoas. Os inquéritos são dirigidos ao público em geral, sem limitações, uma vez que qualquer pessoa pode ser turista e as preocupações são diferentes de indivíduo para indivíduo. O inquérito foi disponibilizado no Facebook, rede social utilizada por todas as faixas etárias, com objetivo de atingir um público maior.

Ainda neste capítulo serão referidas possíveis soluções de recuperação do setor turístico após um atentado terrorista.

4.2. Contextualização dos inquéritos

Conforme foi já referido, o preenchimento do questionário desenvolvido para este trabalho foi efetuado online pelos inquiridos. O inquérito foi divulgado dia 4 de janeiro de 2016 no facebook e retirado a 4 de maio de 2016. Ao inquérito português responderam 267 pessoas (Anexo 3) e ao inquérito em inglês 37 pessoas (Anexo 4), o que resultou num total de 304 inquéritos.

O inquérito começa com a recolha de alguns dados sobre o inquirido: género, idade, nacionalidade. Após os dados pessoais, o inquirido tinha dez questões principais:

- Costuma viajar?
- Para onde já viajou?
- Alguma vez sentiu medo de viajar?
- Tem alguns cuidados na forma em como planeia a sua viagem? (ex: Segurança, Saúde, Atentados terroristas, etc.)
- Alguma vez viajou para uma cidade "alvo de atentados terroristas"?
- Se tivesse viagem marcada para uma cidade que sofreu um atentado recentemente, iria na mesma?

- O facto de um local ter sido alvo de um atentado terrorista aumenta ou diminui a sua curiosidade de o conhecer?
- Na sua opinião as notícias constantes sobre as cidades alvos de atentados terroristas, acabando por difundir uma "publicidade de terror", poderão afetar esse sector turístico?
- Em que medida o Marketing/a Comunicação é crucial para “renovar” a imagem do local, pós-atentado?
- Que fatores podem ser importantes para a recuperação de um atentado?

Na primeira questão tinha duas perguntas que estavam ligadas. O objetivo da primeira questão era saber se os inquiridos têm por hábito viajar e por que razões o fazem, se por lazer ou negócios. Quanto à segunda questão, foi pedido ao inquirido a localização geográfica onde costumam viajar ou onde já viajaram. Nas duas questões seguintes a intenção era perceber se os turistas sentem medo quando viajam e que género de medos têm, se na viagem em si ou se a causa desses medos advém de experiências anteriores. Após saber os medos, foi questionado sobre a forma como planeiam as suas viagens e quais os cuidados que têm, como a segurança, as doenças, etc.

A quinta questão tem como objetivo saber se já visitaram um país ou uma cidade que tenha sido alvo de algum atentado terrorista, e saber qual a cidade mais visitada que tenha sido alvo de atentados terroristas por parte dos inquiridos. Na questão número seis foi inquirido se os atentados terroristas afastam os turistas ou não, e se um atentado poderia interferir numa viagem já planeada ou não. O objetivo da sétima pergunta foi se depois de uma cidade ter sofrido um atentado, as pessoas ficam curiosas em visitar o local, ou pelo contrário, evitam viajar para esse mesmo local. Sempre que há um atentado, a comunicação social difunde as notícias, frequentemente com títulos chocantes. Será que as notícias e a divulgação proferidas por vários meios de comunicação podem prejudicar (ainda mais) o setor turístico? Enquanto na questão anterior o objetivo era perceber se a divulgação constante de notícias trágicas pode influenciar o turismo, na questão nove é o oposto. Nessa questão pretendeu-se saber em que medida o Marketing/ Comunicação pode ajudar um país ou uma cidade a recuperar o setor turístico após um atentado terrorista.

Por fim, entendeu-se obter algumas soluções para a recuperação do turismo após um atentado.

4.3. Análise dos resultados

Após a recolha dos dados através do inquérito anteriormente explicado, o passo seguinte seria a reflexão e discussão dos respetivos resultados. Tal como já foi referido, os inquéritos foram disponibilizados em português e inglês, sendo que a amostra é constituída por 304 indivíduos.(Anexo 5 e 6)

4.3.1 Dados dos inquiridos

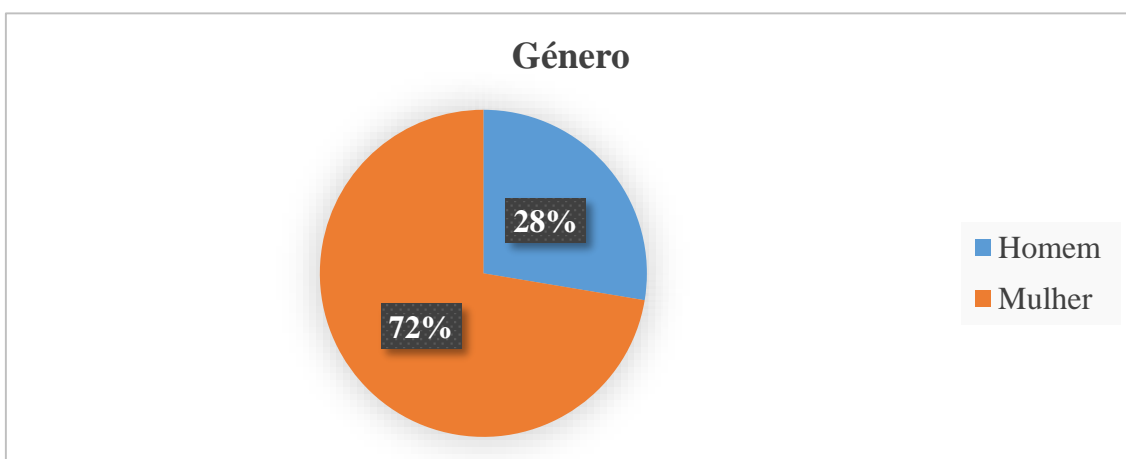


Gráfico 22 – Género dos inquiridos

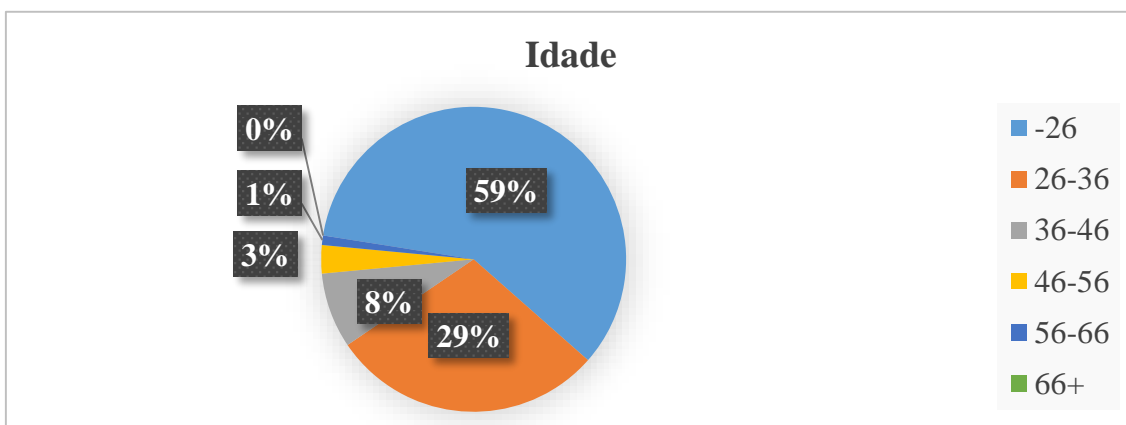


Gráfico 23 - Idade dos inquiridos

Ao inquérito divulgado a 4 de janeiro de 2016 responderam 304 pessoas, das quais 72% são do género feminino e 28% do género masculino (gráfico 22). Relativamente às idades dos inquiridos, foi possível observar que 59% tinham menos de 26 anos, 29% entre os 26 - 36 anos, 8% com idades entre os 36 - 46, 3% entre os 46 - 56 e apenas com 1% com idade entre os 56 - 66. Nenhum dos inquiridos tinha mais de 66 anos. (gráfico 23)

Relativamente às nacionalidades, os dados mostram que a maioria dos inquiridos são de nacionalidade portuguesa. Dos 304 inquiridos, 85% foram preenchidos por portugueses, 3% de nacionalidade brasileira, 7% de nacionalidade chinesa, 2% de nacionalidade francesa, 1% de nacionalidade suíça e 0,4% de nacionalidade timorense, venezuelana, alemã, sérvia e moldava. (gráfico 24)

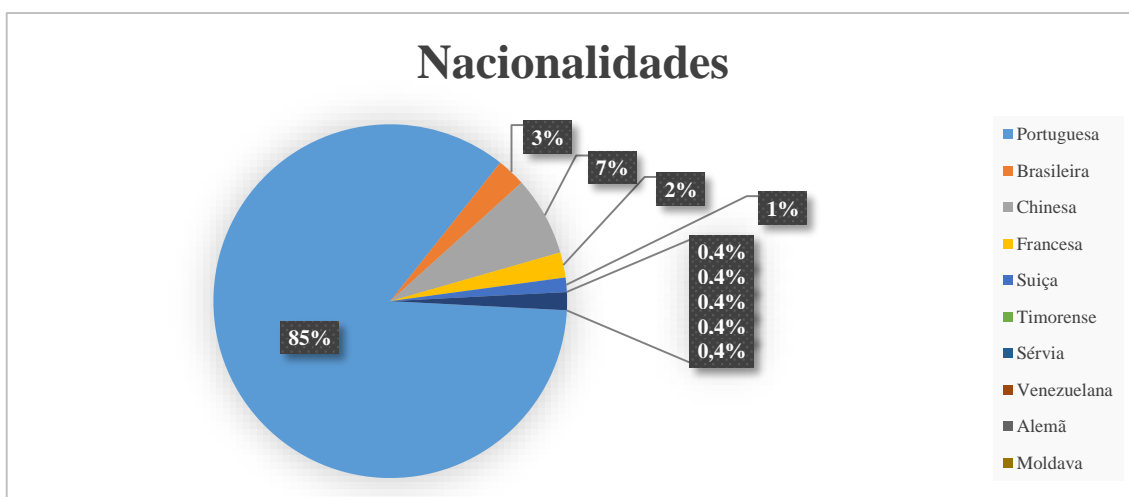


Gráfico 24- Nacionalidade dos inquiridos

4.3.2 Análise dos Inquiridos

A primeira questão perguntava aos inquiridos se tinham por hábito viajar. Nesta pergunta 29% dos inquiridos responderam que não, sendo que 29% correspondem a 87 respostas. Os restantes 71%, correspondem a 217 respostas, que afirmam viajar com alguma frequência. (gráfico 25)



Gráfico 25- 1. Costuma viajar?

A segunda questão afirma-se como a continuação da primeira. Após saber se os inquiridos costumam viajar ou não, foram questionados sobre os motivos que os levam a viajar.



Gráfico 26- 1.1 Se sim, porque razão?

Dos 71% (288 respostas) que responderam que costumavam viajar, 87% (250 respostas) viajam por lazer, 2% (6 respostas) viajam devido a negócios e 11% (32 respostas) por razões desconhecidas. (gráfico 26)

Relativamente ao destino das suas viagens, o mais requisitado é a Europa Ocidental, com 32%, a Europa do Sul com 18 %, e a Europa do Norte com 16%, metade da Europa ocidental. Apenas 9% da amostra teve como destino a Europa Oriental. África, América do Norte e Sul, Ásia e Pacífico correspondem a 6% dos destinos turísticos que foram visitados pelos inquiridos. Com apenas 1% encontra-se o Médio Oriente. (gráfico 27)

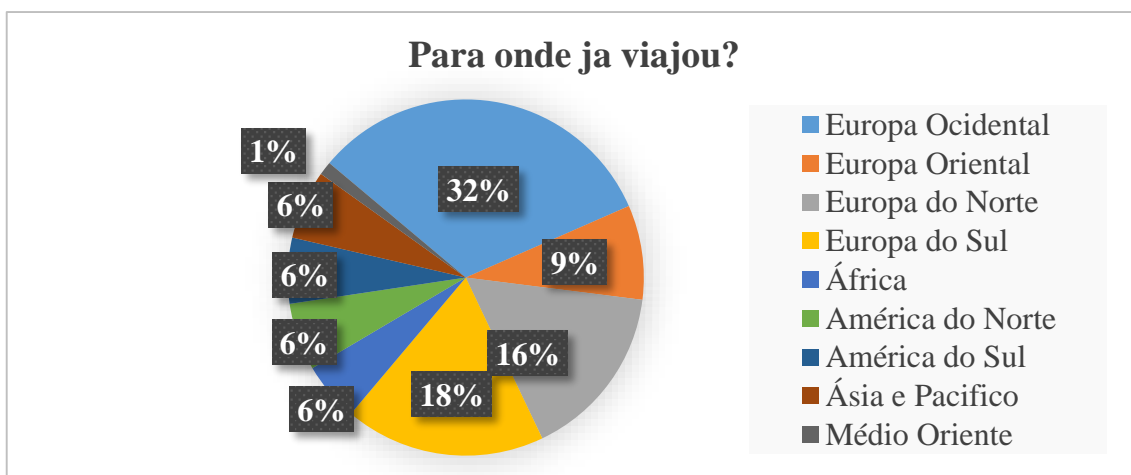


Gráfico 27 - 2. Para onde já viajou?

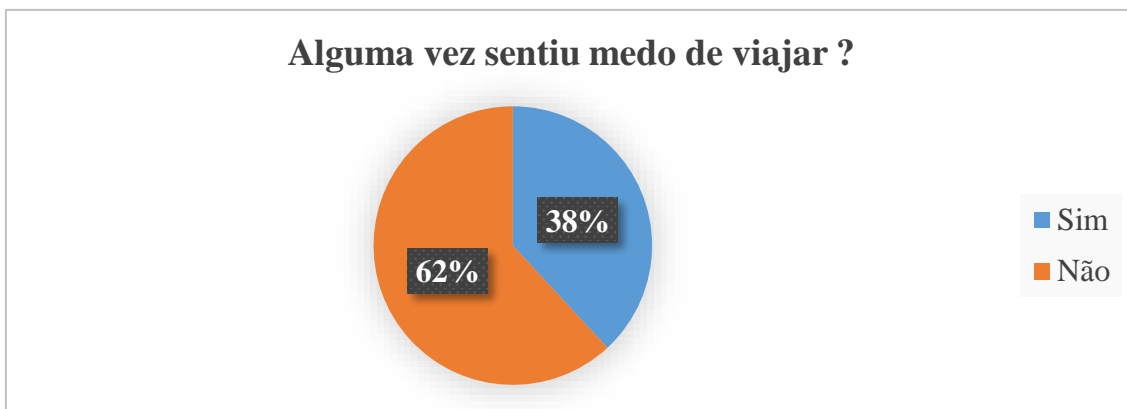


Gráfico 28- 3. Alguma vez sentiu medo de viajar?

Tendo este trabalho como objectivo analisar a correlação entre terrorismo e turismo, o questionário teve como objetivo encontrar algumas respostas, no que diz respeito aos medos dos turistas na hora de viajarem. Além de ter sido perguntado se tinham medo, foi também questionado sobre quais as suas preocupações quando planeiam uma viagem.

À pergunta “Alguma vez sentiu medo de viajar?”, os inquiridos responderam com 62% que não sentiam medo em viajar, enquanto 38% manifestam receio quando chega a hora de viajar. (gráfico 28) Relativamente aos medos que sentem, o maior medo é dos meios de transporte, ou seja, 46% dos inquiridos tem medo da viagem em si, em seguida, aparece o medo de atentados terroristas, com 27%. Com uma menor percentagem está o medo às doenças que se podem contrair no país recetor, com 19%. Com uma percentagem muito mais baixa estão os medos causados devido a experiências já vividas no passado, com 4%. (gráfico 29)

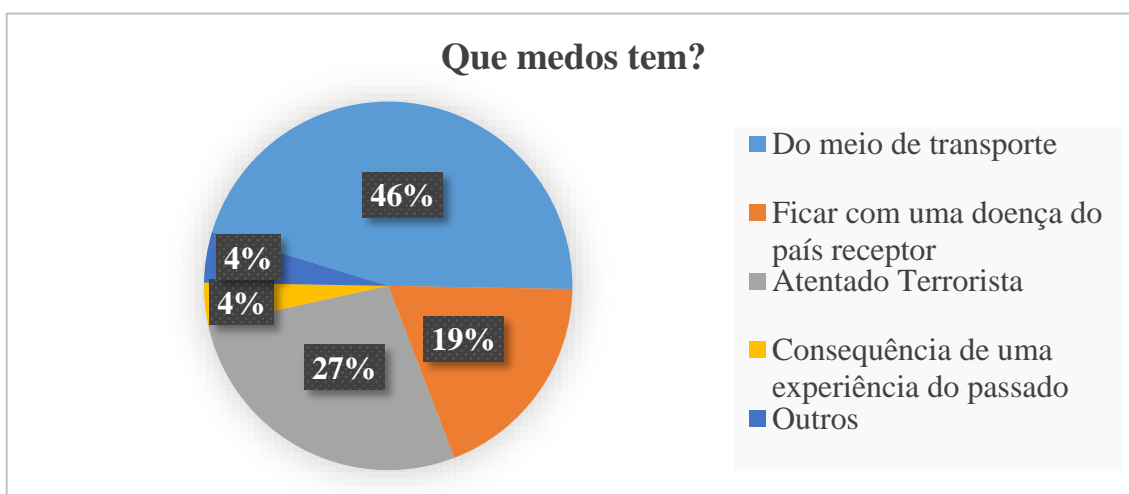


Gráfico 29- 3.1 Que medos tem?

Quem tem medo de viajar tem alguns cuidados ao planejar a viagem. 72% dos inquiridos afirmam ter alguns cuidados quando decidem viajar, enquanto que 28% dos inquiridos não tem qualquer tipo de cuidado ao escolher o destino da sua viagem. (gráfico 30)

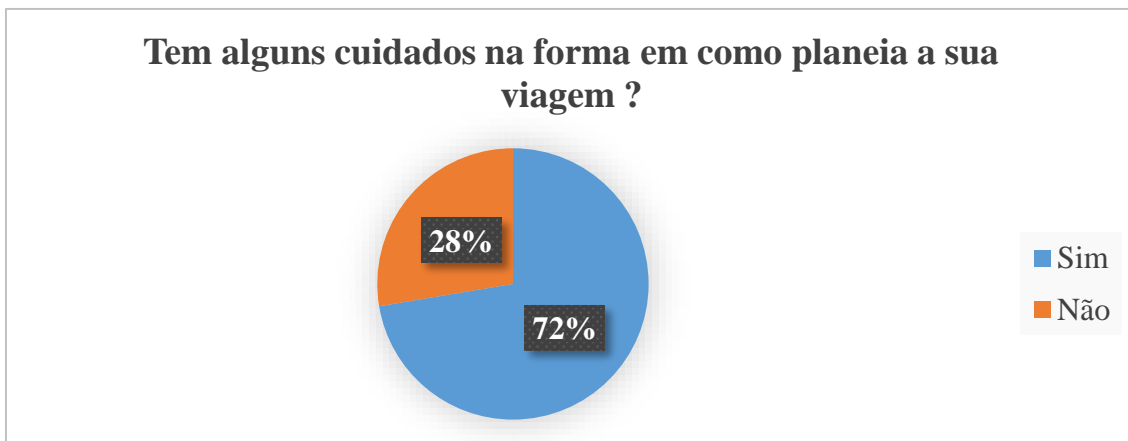


Gráfico 30- 4. *Tem alguns cuidados na forma em como planeia a sua viagem? (ex: segurança, saúde, atentados terroristas, etc.)*

Os maiores cuidados tomados pelos inquiridos estão relacionados com a Segurança com 48% e de seguida as questões de saúde. Os inquiridos tem bastante medo das doenças, o que normalmente está associado a países fora da Europa, o que leva a ter também certos cuidados quando viajam para países diferentes do seu país de origem.

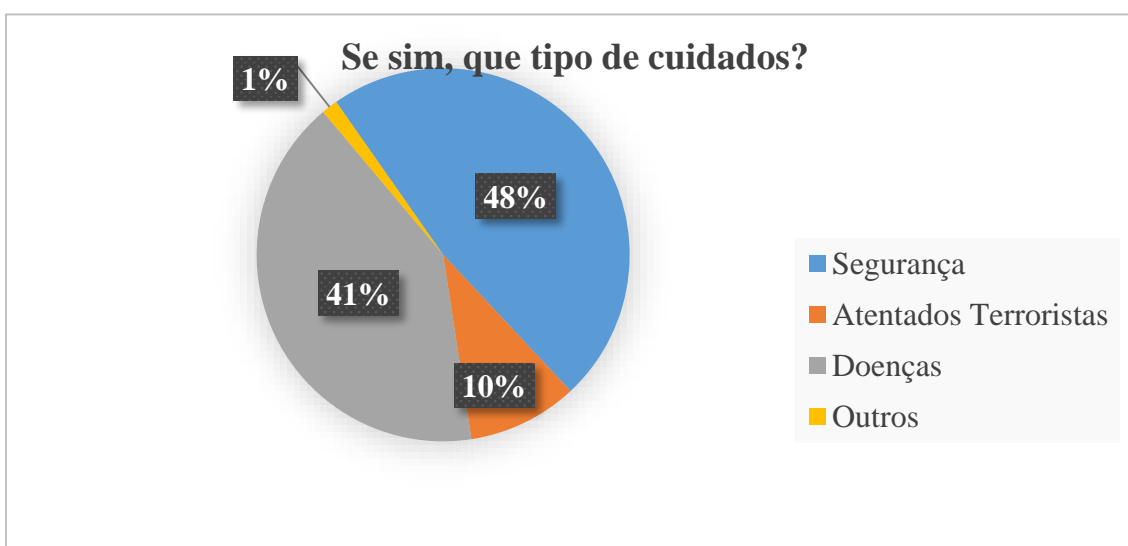


Gráfico- 31- 4.1 *Se sim, que tipo de cuidados?*

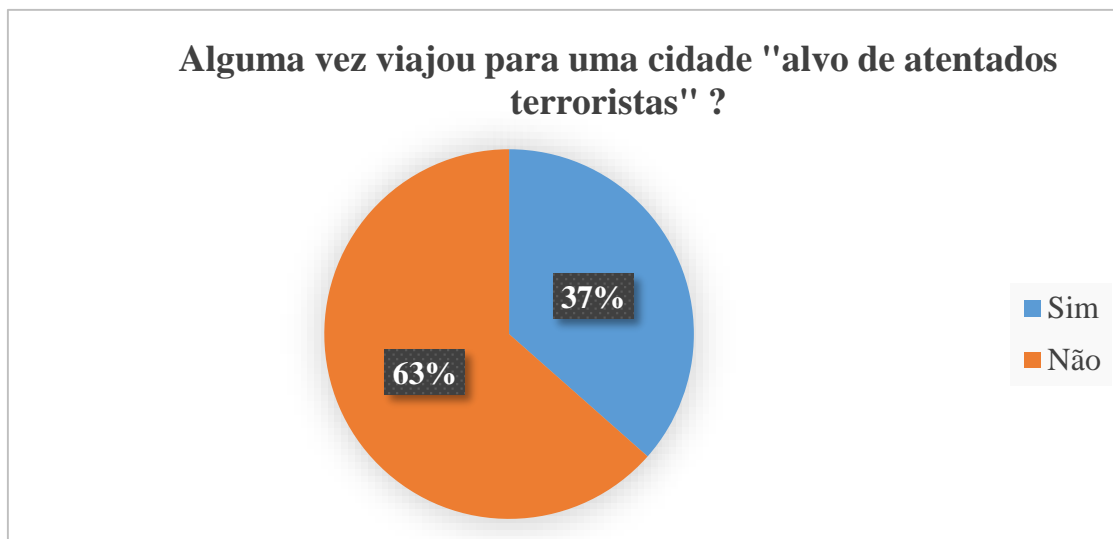


Gráfico- 32- 5. *Alguma vez viajou para uma cidade “Alvo de um atentado terrorista”?*

Sendo o terrorismo um dos temas principais desta dissertação, o inquirido direcionou-se a questões relacionadas com atentados terroristas, como foi o exemplo da questão 5 do inquirido (gráfico 32) acima apresentado. 63% dos inquiridos nunca estiveram numa cidade que tivesse sido alvo de um atentado terrorista. Os restantes 37% já estiveram em cidades onde tenham ocorrido incidentes deste género. (gráfico 32)

No gráfico abaixo apresentado é possível verificar que destes 37%, o país com maior número de incidentes foi a França, mais especificamente na cidade de Paris, com 42%. Com menos de metade da percentagem anterior aparece a Espanha, com atentados incidentes nas cidades de Madrid, São Sebastião, Bilbao e Barcelona. Dos inquiridos, 19% estiveram em cidades como Londres (Inglaterra), 6% em Nova Iorque (EUA), 3% em Hammamet e Sousse (Tunísia), 2% em Bruxelas, 2% em Munique e Berlim (Alemanha) e 1% em Marraquexe (Marrocos), Istambul (Turquia), Tailândia, Egito, Mombasa (Quénia) (Belfast) Irlanda e Jerusalém (Israel). (gráfico 33)

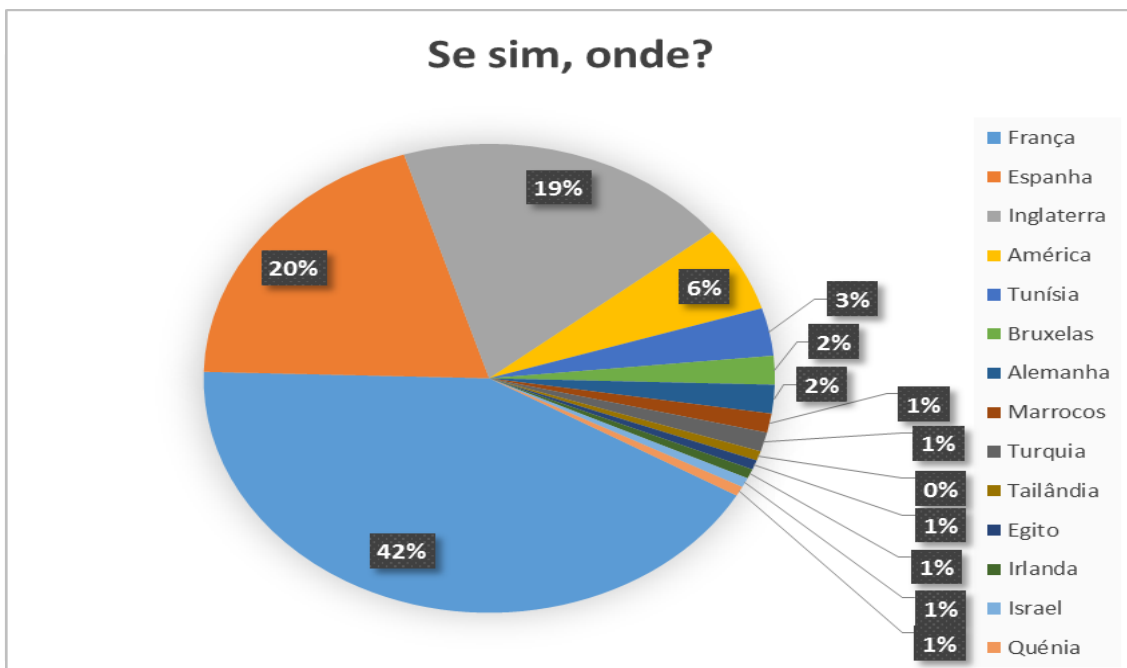


Gráfico 33- Se sim, onde?

À pergunta “Se tivessem viagem marcada para uma cidade que tivesse sido recentemente atacada por grupos terroristas”, 19% dos inquiridos teria desistido da viagem, 29% iria de qualquer forma, mas 51% apenas manteria a viagem se as medidas de segurança fossem mais e se a garantia de segurança fosse maior, como é possível verificar no gráfico abaixo apresentado. (gráfico 34)

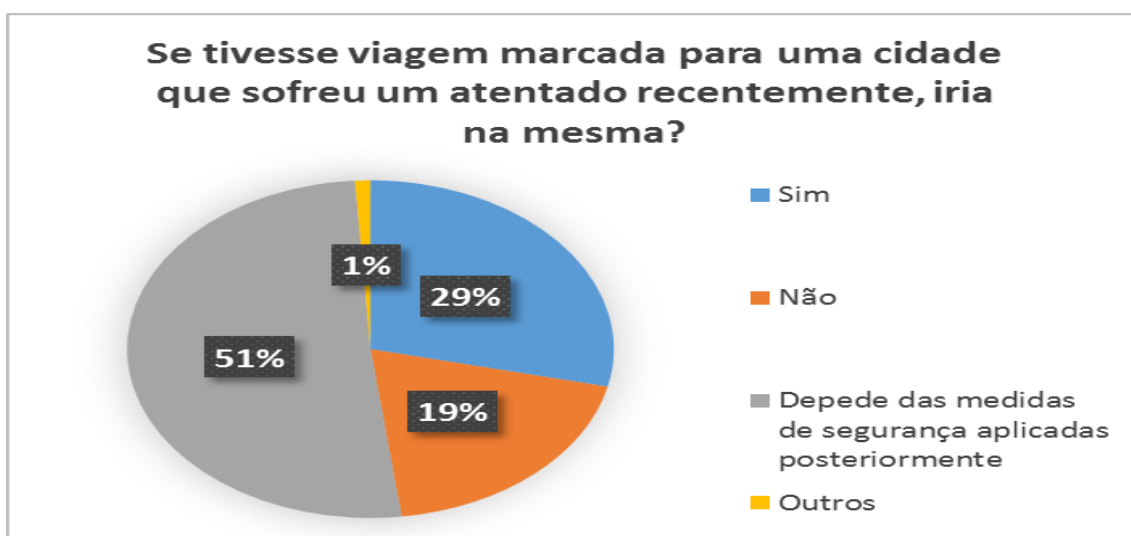


Gráfico 34- 6. Se tivesse viagem marcada para uma cidade que sofreu um atentado recentemente, iria na mesma?

O fator “alvo de atentado” é importante, na medida em que pode aumentar a curiosidade dos turistas ou, pelo contrário, ter um efeito repulsivo, e ver assim o número de turistas diminuído. Assim, de acordo com o gráfico aqui apresentado, só 3% dos inquiridos afirma que o facto de uma cidade ter sido alvo de atentados “aumenta muito” a sua curiosidade, sendo que 16% afirma que a curiosidade é nula. Uma grande percentagem (59%) é da opinião que a curiosidade “diminui pouco” e 22% “aumenta pouco” a sua curiosidade. (gráfico 35)

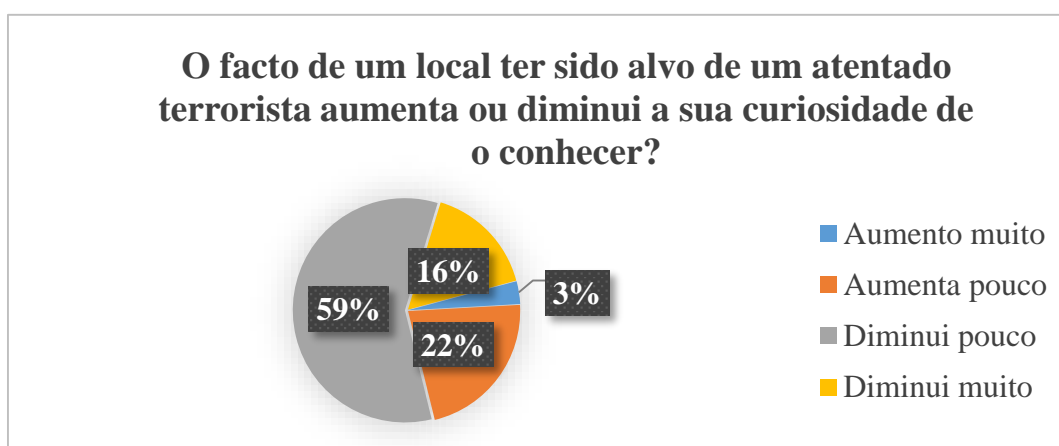


Gráfico 35- 7. *O facto de um local ter sido alvo de um atentado terrorista aumenta ou diminui a sua curiosidade de o conhecer?*

Na questão número 8, foi questionado sobre qual a importância da comunicação social, que diariamente divulga notícias sobre atentados e que pode afetar como um local pode ser “olhado”. Uma minoria, apenas 2%, é da opinião que essas notícias não prejudicam de forma alguma o setor turístico, 7% afirmam que prejudica mas muito pouco. 91% dos questionados são da opinião que a “publicidade de terror” prejudica o setor turístico, sendo que 47% afirma que prejudica e 47% da opinião que prejudica muito este setor. (gráfico 36)



Gráfico 36- 8. Na sua opinião as notícias constantes sobre os atentados terroristas podem prejudicar significativamente o sector turístico?

As questões essenciais deste inquérito são as duas últimas questões, que abordam as estratégias que podem ser utilizadas para a recuperação do setor turístico após um atentado terrorista.

A questão 9 reflete sobre a importância do Marketing como estratégia de promoção do turismo. 70% dos inquiridos são da opinião que o marketing/ a comunicação social são muito importantes para promover a imagem de uma localidade após um atentado terrorista e 25% tem a mesma opinião, embora considerem apenas importante. Apenas 5 % afirmam que pouco importa ou nada importa o marketing e a comunicação como estratégia para atrair turistas. (gráfico 37)

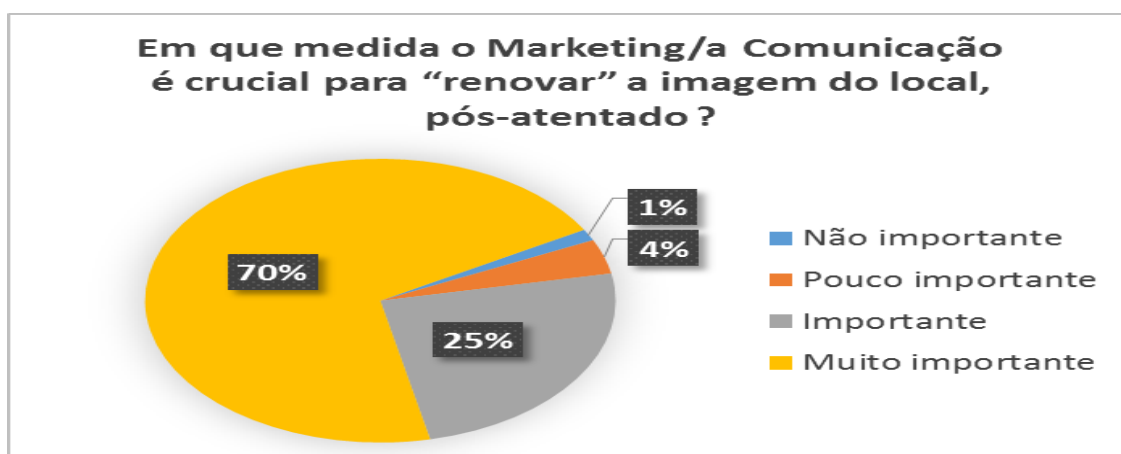


Gráfico 37- 9. Em que medida o Marketing é crucial para “ renovar ” a imagem do local, pós – atentado?

A última questão do inquérito questiona acerca das estratégias que podem ser utilizadas para atrair turistas após a ocorrência de atentados. Em primeiro lugar, a segurança (44%) aparece como fator primordial, porque o turista procura encontrar no local de destino um nível de segurança que lhe permita disfrutar. Naturalmente que, de acordo com esse ponto de vista, a segurança e a tomada de medidas reforçadas, apareçam como uma das prioridades neste inquérito. Com 27%, os inquiridos são da opinião que uma maior divulgação da imagem do destino turístico pode atrair novamente turistas, deixando de fora recordações dos atentados sucedidos. A redução dos preços das viagens, para 17% dos inquiridos, é um incentivo para viajarem para o destino turístico afetado. E 12% são da opinião que se forem criadas novas atrações turísticas será mais fácil de recuperar o número de turistas. (gráfico 38)

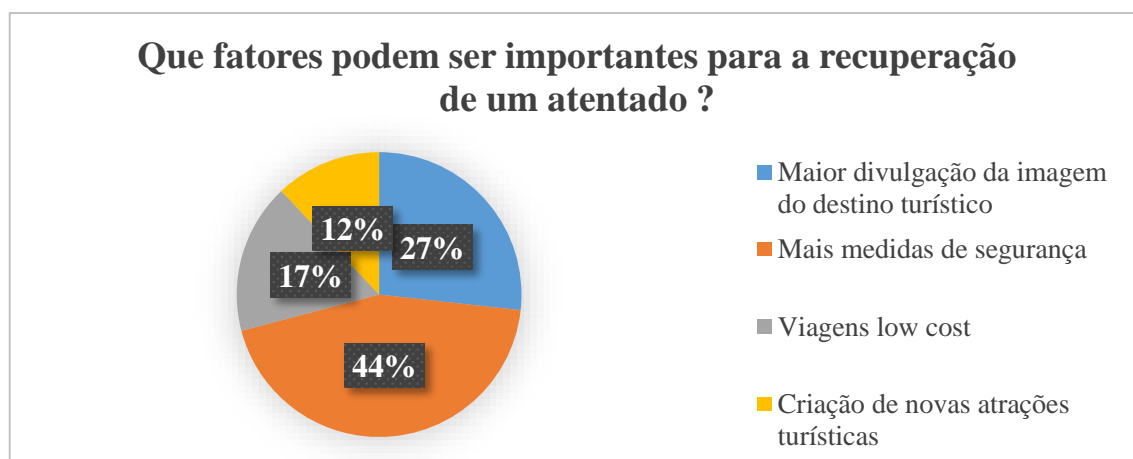


Gráfico 38- 10. *Que fatores podem ser importantes para a recuperação de um atentado?*

4.4. Estratégias de recuperação

Os principais medos dos turistas quando viajam correspondem aos cuidados que tomam quando planeiam essa mesma viagem. Estes medos estão relacionados com o meio de transporte que utilizam e a possibilidade de atentado terrorista, que pode ocorrer seja no meio de transporte como no país recetor. Após estes dois medos seguem-se as doenças que são frequentes em certos países. Assim sendo, as principais preocupações são ao nível da segurança de toda a viagem, desde a viagem em si, os estabelecimentos turísticos e o regresso a casa.

A OMT, após os atentados do 11 de setembro de 2001, sugeriu que fossem tomadas medidas para recuperar o setor turístico. Uma das soluções, segundo a OMT, remetia para uma maior concentração na segurança de toda a cadeia turística e não apenas dos

transportes aéreos e aeroportos. Nos aeroportos o aumento foi nitidamente visível, mas segundo OMT as áreas turísticas deviam usufruir também de maior segurança e advertir os turistas para certos perigos que possam surgir, ganhando assim novamente a confiança das pessoas. (LODEIRO, 2004; LOHMANN,2004)

A segurança é uma condição imprescindível para o turismo. Existem vários riscos que têm de ser levados em conta quando se viaja, como terremotos, furacões, erupções, guerras, terrorismo, alimentação contaminada, entre outros. O risco está sempre presente no turismo, uma vez que os turistas desconhecem o espaço e estão em momento de descontração, cabendo aos operadores turísticos e também às entidades governamentais assumir que os riscos devem ser monitorados e diminuídos quando vendem os seus serviços e produtos turísticos. (SILVA,2008)

O Egito, segundo o *O Globo*, após vários atentados, reforçou as medidas de segurança no país. Uma das estratégias tomadas pelo ministério foi instalar câmaras de vigilância nos maiores resorts, com o objetivo de mostrar aos turistas que o Egito é seguro. Outra medida de segurança, segundo uma notícia do *Observador*, remetia para o facto de que pessoas que viajassem sozinhas para o Egito teriam de pedir um visto nos consulados egípcios no estrangeiro, enquanto os grupos de turistas que viajassem através de operadoras turísticas estavam isentos da medida.

Além da segurança, os inquiridos referiram como possível solução a divulgação da imagem do país afetado. Segundo vários estudos é possível verificar que a imagem é muito importante para atrair turistas. A imagem é um elemento fundamental na estratégia de Marketing de qualquer destino turístico. (GANDARA,2008)

A imagem do destino turístico exerce um papel crucial na decisão do indivíduo na hora de escolher o seu destino. Esta imagem é apresentada aos turistas por meios de narrativa, descrição, fotografias e informações que induz o cliente à compra. (HARB&OLIVEIRA,2012)

Quando a imagem é vendida aos turistas, ela tem de corresponder à realidade, para que o turista não se sinta enganado. É importante que a imagem seja natural e de fácil compreensão, contudo deve ser atrativa e distintiva para despertar o desejo de conhecer o destino. Relativamente à distinção, Gândara (2008) afirma: “o destino com aspetos “únicos” não só terá maior possibilidade de atrair mais visitantes como estará mais protegido das tendências globais, já que as suas diferenças servirão como uma componente da imagem do destino como da identidade da população, o que fortalecerá sem dúvida a imagem e conseqüentemente a comercialização do mesmo”.

Conclusão

Desde sempre o ser humano tem a necessidade de se distrair do seu dia-a-dia. Na Antiga Grécia, as atrações eram os jogos olímpicos, as produções teatrais e os banhos termais, mais tarde no século IV foram as peregrinações e as viagens devido a questões de saúde. No século XVII, com a Grand Tour, as viagens começaram a ser feitas com o objetivo de enriquecer os estudantes através do contacto com outras culturas. O turismo sofreu alterações significativas apenas no século XVIII com a Revolução Industrial, quando o Homem começou a sentir a necessidade de ter momentos de lazer. Atualmente o turista viaja pelos mais diversos motivos e a oferta turística assim o permite. Com as novas tecnologias, o turismo conseguiu chegar aos quatro cantos do mundo, e através do marketing, o setor turístico conseguiu expandir-se e tornar mais fácil o ato de viajar.

Através do estudo empírico (Capítulo IV) foi possível observar que quando chega o momento de marcar viagem surgem alguns medos. Quando marcamos uma viagem, muitas das vezes em família, desejamos que tudo corra bem e que regressemos bem. Os principais medos, muitas das vezes, são causados por conhecimento de perigos que nos chegam através de meios de comunicação e do governo.

Atualmente, o combate ao terrorismo tem vindo a ser uma das principais preocupações das entidades governamentais. Diariamente são noticiados nos meios de comunicação ocorrências de novos atentados ou tentativas de atentados. Embora não seja um fenómeno recente, como é possível ver ao longo da dissertação, os atentados terroristas têm vindo a atingir novas repercussões. Desde 2011 o número de atentados tem vindo a crescer significativamente, em comparação com décadas anteriores, tendo sido o Iraque o país com maior número de incidentes, devido à Guerra do Iraque que durou cerca de 9 anos (2003-2011)

Em análise ao Global Terrorism Database, foi possível verificar que os alvos das ações são, quase sempre, cidadãos comuns e os transportes públicos, enquanto os turistas são o grupo menos atacado. Entre 1970 e 1980 a Itália foi o país com maior número de atentados terroristas a turistas. De 1981 a 1991, o Peru sofreu 14 atentados, de 1992 a 2002 foi o Iémen com 14 atentados e de 2003 a 2014 a Índia com 16 atentados, todos eles tendo os turistas como alvo.

Na Europa, o maior número de ataques a turistas ocorreram entre 1992 e 2002, a destacar Espanha com 12 incidentes. Contudo, entre 2003 e 2014, registou-se uma queda acentuada no número de atentados a turistas. Em 11 anos ocorreram apenas 8 atentados

em comparação com os anos anteriores (1992-2002), em que tinham ocorrido 40 atentados.

A razão para os turistas serem o alvo dos ataques podem ser diversas. Segundo M.Grosspietsch, os turistas são alvos por colocarem em causa valores culturais e religiosos dos destinos turísticos. Por outro lado, J.Essner considera que os terroristas procuram não o local turístico em si, mas a nacionalidade das vítimas, ou seja, escolhem países que não têm os mesmos ideais políticos do seu.

Com o estudo de caso sobre o Egito foi possível verificar, através das estatísticas, que os atentados tiveram um enorme impacto no setor turístico, principalmente o atentado do dia 17 de novembro de 1997 em Luxor. Neste dia, 58 pessoas perderam a vida no templo da rainha faraó Hatshepsut, grande parte eram de nacionalidade suíça. Um dos sobreviventes, Felix Müller, disponibilizou-se para dar uma entrevista na qual foi questionado sobre vários aspetos. Inicialmente, quisemos saber o que se tinha passado na manhã do dia 17 de novembro, de seguida foi questionado sobre as estratégias que acha necessárias para voltar a atrair turistas depois de uma situação destas. Sendo o entrevistado chefe de redação, de um jornal suíço, está atualizado das últimas ocorrências no mundo e, segundo este, a principal solução para recuperar o turismo seria o aumento de segurança. Relativamente ao facto dos turistas serem alvo de atentados, Felix Müller afirma que existem duas razões para tal: atingir o governo prejudicando o turismo que é fonte de rendimento de muitos países, ou então mostrar que os turistas são uma influência corrupta da civilização ocidental e sem crença em “deus”.

O segundo estudo de caso remete-se à Tunísia, que foi marcada em 2010 e 2011 por várias manifestações contra o governo, mais conhecida como a Primavera Árabe. Devido a estas manifestações, o número de turistas diminuiu significativamente, tendo o número de dormidas diminuído em cerca de 40%. O setor turístico foi severamente prejudicado com as manifestações que trouxeram uma onda de insegurança aos turistas. O número de atentados na Tunísia começou a ser visível em 2013, com 29 atentados em apenas um ano, todos eles tendo como alvo militares e polícias. Os atentados direcionados a turistas iniciaram-se em 2002, quando a Al-Qaeda vitimizou 21 turistas. O último atentado ocorreu em Sousse (26.06.2015), quando um jovem disparou contra turistas numa praia de um hotel de luxo. O impacto destes atentados não foi tão significativo como o impacto da Primavera Árabe no setor turístico.

Numa entrevista com Sara Portela, uma turista portuguesa que estava em Sousse no atentado do 26 de Junho de 2015, foi possível saber como podem ser os procedimentos

numa situação destas. Sara não estava na praia do hotel de luxo onde o jovem entrou a disparar, mas após o atentado viu-se obrigada a regressar a Portugal, uma vez que não estava em condições psicológicas para continuar de férias, devido às circunstâncias, assim como os restantes turistas. Para Sara Portela, os meios de comunicação foram a única fonte de informação, e foi através da Televisão e Internet que souberam que tinha havido um atentado terrorista perto do local onde se situavam. Além da falta de informação, foram os vários problemas que teve com a operadora turística e em arranjar voo de regresso.

Para responder à pergunta de partida, foi realizado um estudo empírico no qual foi possível observar que os principais medos dos turistas quando viajam são a falta de segurança (a possibilidade de atentados terroristas), acidentes nos meios de transporte - muitas pessoas têm medo de andar de avião - e também têm receio em contrair alguma doença contagiosa. Também foi questionado sobre os cuidados que têm quando viajam, que são similares aos medos, isto é, os inquiridos tentam procurar países seguros onde não haja conflitos ou possíveis atentados.

Contudo, antes de responder à pergunta de partida, foi necessário refletir sobre o impacto que os atentados terroristas podem ter sobre o setor turístico. Através de toda a investigação, chegou-se à conclusão que os atentados terroristas afetam parcialmente o turismo. Numa fase inicial, com todo o alarmismo que ocorre, o número de turistas diminui. Porém, com o passar do tempo e um reforço na segurança, cai em esquecimento. Através dos inquiridos foi também possível verificar que muitos dos inquiridos viajariam de igual forma para um país alvo de atentados, caso a segurança fosse reforçada.

Em resposta à pergunta de partida os inquiridos apontaram várias soluções. As principais estratégias de recuperação sugeridas após atentados terroristas são a tomada de mais medidas de segurança e uma maior divulgação da imagem do destino turístico. Maior segurança nos aeroportos, principalmente após o 11 de setembro foram várias as medidas de segurança implantadas nos aeroportos com o objetivo de proporcionar maior segurança tanto dos passageiros a bordo como da população em terra. Para o sector turístico maior vigilância nos hotéis e nos locais turísticos deixaria os turistas mais tranquilos e seguros.

Relativamente à divulgação da imagem do destino turístico, ela exerce um papel crucial na decisão do indivíduo ao escolher o seu destino. A imagem tem de corresponder à realidade. Quando vemos nas notícias o que resta dos atentados é a imagem que mais nos choca. Porém, o mesmo deve ser feito com momentos bons, associados a imagens

positivas para provocar no espectador o sentimento aposto das imagens de terror. A imagem é um elemento fundamental na estratégia de Marketing de qualquer destino turístico. Além das duas principais estratégias já referidas, outras estratégias poderiam ser a redução dos custos, ou seja, viagens low cost e baixa de preços no setor turístico. No entanto, é necessário ter atenção para os gastos não serem maiores que o lucro. A criação de novas atrações turísticas seria uma outra estratégia de recuperação de turistas. O caso das torres do World Trade Center em Nova Iorque, no qual podemos hoje encontrar o Museu & Memorial Nacional do 11 de Setembro, não se tratou de uma estratégia para recuperar o turismo mas sim uma consequência do atentado, que é visitado por um grande número de pessoas.

Embora na Europa o terrorismo tenha adquirido maior impacto desde os atentados em Paris, a verdade é que já existe há muitos anos e sempre foi falado, mas era uma realidade mais distante. Com os recentes acontecimentos, a Europa viu-se obrigada a pensar em novas estratégias para o combate ao terrorismo. O turismo tem vindo a ser severamente prejudicado por atentados em cidades com grande número de turistas como o caso de Paris. Embora os atentados a turistas sejam um número muito baixo em relação com outras entidades, é necessário prevenir e proteger os turistas que quando viajam esperam poder usufruir de uma estadia sem qualquer preocupação.

A maior dificuldade na elaboração desta dissertação, além da pergunta de partida, foi arranjar uma definição dos termos principais (turismo e terrorismo) em concordância nos vários documentos, porque são termos em constante mudança. A recolha de informação sobre estratégias de recuperação do turismo após um atentado apenas foi possível após o estudo empírico. Inicialmente seriam vários os testemunhos de sobreviventes dos atentados, mas foram muitas as respostas negativas ou falta delas, contudo foram possíveis elaborar duas entrevistas, das quais foi possível recolher informação muito interessante de uma perspetiva de quem já passou pela situação, que muitas das vezes fazem descobertas que não são óbvias para quem não passou pela mesma situação. Outra dificuldade prende-se com a falta de produção bibliográfica sobre o assunto, que pode ser explicada por se tratarem de eventos relativamente recentes. Porém, isso afirma-se como uma dificuldade por carecer de alguma sustentação. Contudo, isso também deu lugar a que se pudesse trazer alguma originalidade ao trabalho, que versa sobre assuntos que ainda estão pouco estudados.

Com a elaboração deste trabalho foi possível adquirir um conhecimento mais aprofundado sobre o terrorismo e a razão de vários conflitos que não eram evidentes no

início da dissertação. Além de adquirir conhecimento sobre o terrorismo, foi necessário refletir sobre a necessidade dos terroristas atacarem os turistas, e como recuperar de um atentado ou evitá-lo.

Referências bibliográficas

- *Amnesty International* (2008). “Attacks on aid workers and rights defenders in Somalia”. *Amnesty International*”, outubro de 2008. Disponível em: <https://www.amnesty.org/en/documents/AFR52/016/2008/en/>
- Antochevis, J. (2014). *A ONU e o combate ao terrorismo internacional*. Panamá: Curitiba
- Barbosa,P., Pereira,R., Anes, J., Baêna, M., Ribeiro, A. (2006). *As teias do terrorismo- Novas ameaças globais*. Lisboa: Ésquilo.
- Berg, W. (2010). *Einführung Tourismus- Überblick und Management*. München. Oldenbour Wissenschaftsverlag GmbH.
- Bessa,J (2006).As Nações Unidas e o Terrorismo. *Revista Militar* 159 (2458). Disponível em: <https://www.revistamilitar.pt/artigo/159>
- Bobbio, N., Matteucci, N., Pasquino, G. (1998) *Dicionário de política*. (pp.674) Brasília: Editora Universidade de Brasília. Disponível em: http://www.filoczar.com.br/Dicionarios/Dicionario_De_Politica.pdf
- Campos, M. (2008) Opiniones y ensayos- Turismo na África: A atividade turística como perspectiva de alternativa futura ao Continente. *PASOS Revista de Turismo y Ptrimonio Cultural*. 6, (1), 121-127. Tenerife: Universidad de La Laguna Espanha. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/881/88160111.pdf>
- Cobra, M. (2001) *Marketing de Turismo*. São Paulo: Cobra Editora e Marketing.
- Comissão Europeia (2016) *Decisão do Parlamento Europeu e do conselho que concede assistência macrofinanceira adicional à Tunísia*. Bruxelas. Disponível em: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/PT/1-2016-67-PT-F1-1.PDF>
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa. Verbo
- De Sousa, G., Santos, A. (2010) Terrorismo e Religião: Um estudo sobre a atuação do regime Taliban à luz da ideologia Islâmica. *Revista Eletrónica de Relações Internacionais do Centro Universitário Unieuro*. (5). Brasília. Disponível em: http://www.unieuro.edu.br/sitenovo/revistas/downloads/hegemonia_05_05.pdf
- Di Fátima, B. (2013). Revolução de Jasmim: a comunicação em rede nos levantes populares da Tunísia. *Revista Temática*. (1), 15. Disponível em: http://www.insite.pro.br/2013/Janeiro/revolucaodejasmim_rede_tunisia.pdf

- Faustino, P.(2015). *Fases de Desenvolvimento*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Faustino, P. (2015). Turismo, Marketing e Industrias Criativas. *Tourism Trends Review- Turismo '15*.
- Fletcher, H. (2008) *Jamaat al-Islamiyya*. Council on Foreign Relations. Disponível em: <http://www.cfr.org/egypt/jamaat-al-islamiyya/p9156>
- Freitas, A. (2015). Egito deixa de emitir vistos à chegada para turistas que viajem sozinhos. *Observador*. Disponível em: <http://observador.pt/2015/03/17/egito-emitir-vistos-chegada-turistas-viajem-sozinhos/>
- Gândara, J. (2008) A imagem dos destinos turísticos urbanos. *Revista Eletrónica de Turismo Cultural*. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/turismocultural/aimagem.pdf>
- Global Terrorism Database, Disponível em : <http://www.strt.umd.edu/gtd/>
- Global Terrorism Index (2015). Disponível em: <http://static.visionofhumanity.org/sites/default/files/2015%20Global%20Terrorism%20Index%20Report.pdf>
- Harb, A., Oliveira, I., (2012). *Gestão do turismo: como a imagem dos destinos turísticos pode influenciar a tomada de decisão do visitante*. VIII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Uninorte.
- Institut National de la Statistique de Tunisie. Disponível em: <http://www.ins.tn/>
- Korstanje, M. (2009). Compreender el 11 de septiembre: e su impacto en el turismo. *Revista Critica de Ciencias Sociales y Juridicas*. Argentina.
- Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing –Tradução Bazán Tecnologia e Linguística*. São Paulo: Prentice Hall.
- Lauria, B., Silva, H., Ribeiro, P.(2015) *O Estado Islâmico*. Série Conflitos Internacionais.2,(2),6. Disponível em <https://www.marilia.unesp.br/Home/Extensao/observatoriodeconflitosinternacionais/v-2-n-2-o-estado-islamico.pdf>
- Lodeiro, J. (2004). Incidencia del Terrorismo sobre el Turismo. *Dialnet*. Disponiel em : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4580135>
- Lohmann, G. (2004) *Globalização e os Impactos dos Ataques Terroristas de 11 de Setembro de 2001: Implicações para o Sistema de turismo*. Boletim de Estudos em Hotel e Turismo. 2, (1),11-20. Disponível em:

http://www.academia.edu/23274029/Globaliza%C3%A7%C3%A3o_e_os_Impactos_dos_Atques_Terroristas_de_11_de_Setembro_de_2001_Implica%C3%A7%C3%B5es_para_o_Sistema_de_Turismo

- Lopes, M.(2011). *Marketing no Turismo- Estruturação de um Plano de Marketing*. Coimbra: FEUC. Disponível em: https://eg.sib.uc.pt/bitstream/10316/15388/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio_Marlene%20Lopes.pdf
- Marques, M. (2010). “*Marketing e Comunicação: A Web como ferramenta para a promoção turística dos hotéis da Costa do Estoril*”. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias.
- Matias, C. (2007). *Economia do turismo: teoria e prática*. Lisboa. Instituto Piaget.
- Middleton, V. (2002). *Marketing de Turismo- Teoria e Práticas*. São Paulo: Editora Campus
- Ministério da Defesa. (2007) *Glossário das Forças Armadas*. Disponível em: http://www.defesa.gov.br/arquivos/File/legislacao/emcfa/publicacoes/md35_g_01_glossario_fa_4aed2007.pdf
- Nascimento, J. (2002). *O terrorismo e seus intérpretes: Uma abordagem psicossocial*. Lisboa: Hugin.
- Nelson, H. (1986). *Tunisia: a country study*. American University (Washington, D.C.). Disponível em: http://www.marines.mil/Portals/59/Publications/Tunisia%20Study_1.pdf
- Nóbrega, C. (2013). *Al-Qaeda: análise estratégica da maior organização terrorista do século XXI*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Disponível em: <http://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/6182>
- Paladini, R. (2014) *A Nigéria e o Boko Haram*. Série Conflitos Internacionais. 1,(5),5. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Extensao/observatoriodeconflitosinternacionais/a-nigeria-e-o-boko-haram.pdf>
- Pakman, E. (2014). *Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico*. XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. Universidade do Estado do Ceará.

- Pedro, C., Passos, M., Arruda, S. (2015) Aprendizagem Científica no Facebook. *Revista de Educação em Ciências e Tecnologia*. Universidade Estadual de Londrina.
- Pereira, M. (2013). *A contextualização como princípio educativo – Estudo de Caso: O Ensino do Marketing no curso de Tecnologia em Agroindústria*. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://cursos.ufrj.br/posgraduacao/ppgea/files/2015/11/Mariana-Segui-Pereira.pdf>
- Pleterski, T. (2010). *El impacto del terrorismo sobre el turismo- los efectos causados sobre la recepción de visitantes*. Buenos Aires: Universidad Politecnica de Valencia
- Plog, S. (2001). *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. Global.
- Quivy, R., Campenhoudt, L. V. (1988) *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Reuters (2013) Para atrair turistas, bebidas alcoólicas e biquínis são bem-vindos no Egito, diz ministro. *O Globo*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/economia/para-atrair-turistas-bebidas-alcoolicas-biquinis-sao-bem-vindos-no-egito-diz-ministro-8297727>
- Ribeiro, E. (2008) *A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa*. Evidencia, Araxá.
- Santos, J. (2013). *Conflitos na Era da Informação/As Revoltas Árabes*. Lisboa: Academia das Ciências de Lisboa. Disponível em: <http://docplayer.com.br/11705200-Jose-alberto-loureiro-dos-santos-conflitos-na-era-da-informacao-as-revoltas-arabes.html>
- Saramago, J. (1994) *Cadernos de Lanzarote: Diário*. Lisboa: Caminho
- Servicio de Informacion del Estado. Disponível em <http://www.sis.gov.eg/section/2/98?lang=es>
- Silva, K., Silva, M. (2009) *Dicionário de conceitos históricos* (pp.439) São Paulo: Contexto. Disponível em [:https://efabiopablo.files.wordpress.com/2013/04/dicionc3a1rio-de-conceitos-histc3b3ricos.pdf](https://efabiopablo.files.wordpress.com/2013/04/dicionc3a1rio-de-conceitos-histc3b3ricos.pdf)
- Silva, Y. (2008). *Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina*. Brasil: Universidade de Caxias do Sul. Disponível em :

http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/arquivos/gt04-10.pdf

- Simioni, A. (2008) *O terrorismo contemporâneo: consequências para a Segurança e Deesa do Brasil*. Rio de Janeiro: Universidade federal do Rio de Janeiro.
- SRF (2011, julho 12). Als die Schweiz den Atem anhielt: Das Massaker von Luxor. [ficheiro em vídeo]. Disponível em: <http://www.srf.ch/play/tv/dok-katastrophen/video/als-die-schweiz-den-atem-anhielt-das-massaker-von-luxor?id=32ab3ff0-69ac-4a0a-9c30-da24499baf85>
- UNWTO. (2015). *UNWTO tourism Highlights*. Consultado em junho 13, 2016. Disponível em: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- Ventura, M.(2007). O Estudo de Caso como Modalidade de Pesquisa. *Revista Sociedade de Cardiologia do Estado do Rio de Janeiro*: Rio de Janeiro.
- Worldatlas (2016) Disponível em: <http://www.worldatlas.com/webimage/countrys/africa/tunisia/tnlandst.htm#page>

Anexos

Anexo 1

Entrevista Felix Müller

Felix Müller nasceu em 1951 em Winterthur, na Suíça. É casado com Franziska Widmer com quem tem três filhas, todas elas maiores de idade. Felix M. estudou na Universidade de Zurique germanística, música e matemática e doutorou-se em literatura suíça. De 1973 a 1978 trabalhou como professor em escolas secundárias em Winterthur e Zurique.

Em 1978, iniciou-se como jornalista na “Züri Leu” em Zurique, onde mais tarde veio a ser Chefe de Redação. Em 1982, mudou-se para o jornal “Weltwoche” onde trabalhou como Chefe de Redação e onde chegou a Diretor-adjunto de 1996 a 1997. Em 1997, após o atentado em Luxor mudou-se para o jornal “Neue Zürcher Zeitung” (NNZ) onde a vinha a ser responsável pelo departamento "Cidade e cantão de Zurique" (Stadt und Kanton Zürich). De 2002 até aos dias de hoje é Chefe de Redação do jornal “Neue Zürcher Zeitung am Sonntag”. Desde 2015 é também Chefe da Revista NZZ e gestor do grupo de média NZZ.

A entrevista realizou-se no dia 2 de março de 2016 e por telefone uma vez que o entrevistado não se encontrava na Suíça. Quando foi questionado sobre a forma como planeia as suas viagens após o atentado a 17 de Novembro de 1997, o entrevistado refere que hoje em dia consulta as advertências das autoridades, ou seja da EDA¹⁸. Viaja de forma muito mais consciente e informa-se sempre sobre as medidas de segurança do destino turístico.

Na segunda viagem ao local onde ocorreu o atentado, Felix Müller sentiu algumas mudanças a nível de segurança. As medidas de segurança foram reforçadas, a polícia estava mais presente nas entradas dos edifícios como os museus ou hotéis onde as pessoas eram revistadas. Contudo, com o tempo cai em esquecimento e a atenção das forças armadas e as medidas de segurança são facilitadas, o que leva novamente a um maior risco para novos atentados.

Como trabalha num jornal está constantemente em contacto com todas as fontes de informação divulgadas pela média e considera que, para o país afetado, os meios de comunicação podem ser uma desvantagem. Isso porque passam grande parte do tempo a

¹⁸ European Defence Agency

chamar a atenção para o atentado e das falhas do país no setor da segurança, e isso assusta os turistas. Para os países não afetados é o oposto, leva a que sejam tomadas mais medidas de segurança para que não lhes aconteça o mesmo.

Na opinião de Müller a solução para recuperar um território ou espaço turístico após um atentado depende das autoridades. O país afetado tem de comunicar entre eles sem deixar escapar pormenores, para que não haja falhas de segurança, e o perigo seja eliminado. Após um atentado, a segurança tem de ser de tal maneira eficaz para que não haja novo atentado, se assim for com o tempo as pessoas começam a sentir-se novamente em segurança e voltam.

Para Müller os turistas são alvo de atentados terroristas por duas razões: ou se quer através dos turistas mostrar a suposta influência corrupta da civilização ocidental e sem crenças em “deus”, ou então atingir o governo, prejudicando o turismo, que é a fonte de rendimento de muitos países. Se houver uma descida nas receitas do governo, o país começa a ficar descontente, ou seja o objetivo de abalar o governo é conseguido.

Anexo 2

Entrevista a Sara Portela

Sara Portela nasceu a 5 de julho de 1985 e formou-se no Instituto Superior da Maia (ISMAI) como Psicóloga. Trabalhou cerca de um ano na Escola Básica Integrada do Morão, deu formação na Unicenter Skills Gym. Trabalhou como psicóloga em várias instituições e agrupamentos como: Clínica Médica e Dentária Dr. Paulo Jorge Sousa; Laboratório de Competências; Cuid&Educa; Academia Predicados.

Atualmente trabalha no Centro de estudos Criativus, na Academia Morangos e no Melhor Ensino Complementar.

A entrevista realizou-se a 29 de março de 2016, com o objetivo de perceber quais os procedimentos tomados numa situação de ameaça. Sara Portela encontrava-se em Sousse no dia do atentado de 26 de junho de 2015.

No momento em que o atentado ocorreu, estava com o seu grupo na cidade a ver lojas e a cidade. Só teve a percepção que algo estava de errado quando chegou ao hotel e a informaram que devia voltar para o seu quarto e para não sair do Hotel. De facto, havia muita movimentação, mas nada a levou a crer que algo de grave se tivesse passado. Depois de ter chegado ao quarto, pegou no telemóvel e tinha várias chamadas perdidas de familiares e amigos. Logo se apercebeu que algo se estava a passar e ligou a televisão. Foi nesse momento que soube do atentado, pois ninguém os tinha informado do sucedido e os funcionários tentaram abafar o assunto para não criar o caos.

A viagem tinha sido marcada por uma agência de viagens, uma vez que era fora da Europa e exigia mais cuidados. Contudo, se fosse hoje, não o teria feito. No dia do atentado tentou contactar várias vezes a operadora turística responsável pela viagem e a operadora reagiu com insignificância ao sucedido. Disse que não se tinha passado nada de especial e para continuar as férias, aproveitando o país e as praias. Devido ao sucedido, foram várias as queixas apresentadas pelos vários turistas porque não lhes era dado qualquer informação nem lhes disponibilizavam voos de regresso.

Enquanto turistas de outras nacionalidades obtiveram voos imediatos de regresso, os turistas portugueses tiveram de esperar uns dias sem poder regressar nem aproveitar mais as férias.

A comunicação social neste caso foi muito importante, pois foi a única fonte de informação que tiveram.

Anexo 3

Inquérito em Português

Turismo e Terrorismo

Este questionário é feito no âmbito do Mestrado em Turismo na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. O estudo incide sobre o impacto que o Terrorismo tem sobre o sector turístico, assim como, a importância do Marketing na recuperação turística após atentados terroristas .

*Obrigatório

Dados sobre o inquirido

1. Género *

Marcar apenas uma oval.

- Homem
 Mulher

2. Idade *

Marcar apenas uma oval.

- 26
 26-36
 36-46
 46-56
 56-66
 66+

3. Nacionalidade *

Inquérito

4. 1. Costuma viajar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

5. 1.1 Se sim, porque razão?

Marcar apenas uma oval.

- Lazer
 Negócio
 Outra:

6. 2. Para onde já viajou?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Europa Ocidental
- Europa Oriental
- Europa do Norte
- Europa do Sul
- África
- América do Norte
- América do Sul
- Ásia e Pacífico
- Médio Oriente

7. 3. Alguma vez sentiu medo de viajar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

8. 3.1 Que medos sente quando viaja?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Do meio de transporte (andar de avião, comboio, carro , autocarro, etc)
- Ficar com uma doença do país receptor (ex: Ebola, Malária, Dengue, etc)
- Atentados Terroristas
- Consequências de uma má experiência do passado
- Outra: _____

9. 4. Tem alguns cuidados na forma em como planeia a sua viagem ? (ex: Segurança, Saúde, Atentados terroristas, etc.) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

10. 4.1 Se sim, que tipo de cuidados?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Segurança
- Atentados Terroristas
- Doenças
- Outra: _____

11. 5. Alguma vez viajou para uma cidade "alvo de atentados terroristas" ? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

12. 5.1 Se sim, onde ?

13. 6. Se tivesse viagem marcada para uma cidade que sofreu um atentado recentemente, iria na mesma? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não
- Depende das medidas de segurança aplicadas posteriormente
- Outra:

14. 7. O facto de um local ter sido alvo de um atentado terrorista aumenta ou diminui a sua curiosidade de o conhecer? *

Marcar apenas uma oval.

- Aumenta muito
- Aumenta pouco
- Diminui pouco
- Diminui muito

15. 8. Na sua opinião as notícias constantes sobre as cidades alvos de atentados terroristas, acabando por difundir uma "publicidade de terror", poderão afectar esse sector turístico? *

Marcar apenas uma oval.

- 1 2 3 4
- Não prejudica Prejudica muito

16. 9. Em que medida o Marketing/a Comunicação é crucial para "renovar" a imagem do local, pós-atentado? *

Marcar apenas uma oval.

- 1 2 3 4
- Nada importante Muito importante

17. 10. Que factores podem ser importantes para a recuperação de um atentado? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Maior divulgação da imagem do destino turístico
- Mais medidas de segurança
- Viagens low cost (baixar preços)
- Criação de novas atracções turísticas
- Outra:

Anexo 4

Inquérito em Inglês

Tourism and Terrorism

The present survey is done within the scope of a Tourism Thesis in Faculty of Arts University Porto. The research relies on the impact that terrorism has under tourism, as well as the importance of Marketing to revive tourism after a terrorist attack.

*Obrigatório

Information about the inquired

1. Gender *

Marcar apenas uma oval.

- Male
 Female

2. Age *

Marcar apenas uma oval.

- 26
 26-36
 36-46
 46-56
 56-66
 66+

3. Nationality *

Questionnaire

4. 1. Do you travel very often? *

Marcar apenas uma oval.

- Yes
 No

5. 1.1 If you answered yes, please mention, do you travel for pleasure or for business purposes?

Marcar apenas uma oval.

- Pleasure
 Business

6. 2. Where have you travelled ?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Western Europe
- Eastern Europe
- Northern Europe
- Southern Europe
- Africa
- North America
- South America
- Asia and Pacific
- Middle East

7. 3. Have you ever been afraid of travelled before?

Marcar apenas uma oval.

- Yes
- No

8. 3.1 Which are your biggest fears?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Means of transportation (airplane ,train, car, bus, etc.)
- Getting a disease (ex: ebola, malaria, dengue,etc)
- Terrorist attacks
- Fear caused by a bad memory from the past

9. 4. Have you taken into consideration any precaution when planning a trip? (ex: security, diseases, terrorist attacks, etc.) *

Marcar apenas uma oval.

- Yes
- No

10. 4.1 If you answered yes, what kind of precautions?

Marcar tudo o que for aplicável.

- Security
- Terrorist attacks
- Diseases

11. 5. Have you ever travelled to a city which is a victim of terrorista attacks? *

Marcar apenas uma oval.

- Yes
- No

12. 5.1 If you answer yes, where?

13. 6. If you had booked a trip to a city that was a recent terrorist target, would you go anyway? *

Marcar apenas uma oval.

- Yes
- No
- It would depend on the security measures applied before

14. 7. The fact that a place suffered a terrorist attack will increase or decrease your curiosity or will to get to know it? *

Marcar apenas uma oval.

- Increase a lot
- Slightly increase
- Slightly decrease
- Decrease a lot

15. 8. The constant news about a city after a terrorist attack end up being a negative advertising. Is it possible that that will affect tourism? *

Marcar apenas uma oval.

- Affects a lot
- Affects
- Slightly affects
- It doesn't affect

16. 9. In what ways is Marketing/media fundamental to "renew" the image of a city after a terrorist attack? *

Marcar apenas uma oval.

- Very important
- Important
- Slightly important
- Not important

7. 10. Which factors can be important in order to revive the tourism? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- A wider dissemination of the tourist destination
- Tighter security measures
- Low cost flights
- Building new tourist attractions

Anexo 5

Resultados dos inquéritos (português)

Carimbo de id	Género	Idade	Nacionalidade	1. Casu	1.1. Be sim, porq	2. Para onde já viajou?	3. Alguma 3.1 Que medos senti	4. Tem	4.1 Be sim, q	5. Alg	5.1. Be si	6. Se tivesse viaje	7. O facto de u	8. Na	9. Em	10. Que fatores podem ser import
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Trabalho	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Ambadas Terroria	sim	Segurança	Não	Não	Diminui muito	4	3	Criação de novas atrações turistic
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Segurança	sim	Landres/Br	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	26-36	portuguesa Em	Negocio	Asia e Pacifica	Asia e Pacifica	sim	Do meio de transport	sim	Doenças	sim	landres	Diminui pouca	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Ambadas Terroria	sim	Doenças	sim	Aumenta muito	4	4	Criação de novas atrações turistic	
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Prazer e necessi	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Ambadas Terroria	sim	Segurança	Não	Depende das medid	Aumenta pouc	2	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Doenças	sim	Francia e E	Diminui pouca	3	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa do Norte	Europa do Norte	sim	Do meio de transport	sim	Segurança	Não	Não	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa do Sul	Europa do Sul	Não	Do meio de transport	sim	Doenças	Não	Depende das medid	Diminui pouca	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	36-46	Portuguesa Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Ficar com uma óben	sim	Doenças	Não	Não	Diminui pouca	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Família	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Ficar com uma óben	sim	Doenças	sim	Paris	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Ficar com uma óben	sim	Doenças	sim	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança	
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Segurança	sim	Paris, Mad	Diminui pouca	2	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Doenças	Não	Não	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Amica	Amica	sim	Ambadas Terroria	Não	sim	sim	Estava ns	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	36-46	Portuguesa Em	Lazer	América do Sul	América do Sul	Não	Não	sim	sim	sim	Depende das medid	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Homem	-36	Portuguesa Não	Lazer	América do Sul	América do Sul	Não	Não	sim	sim	Paris	Depende das medid	Diminui pouca	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Homem	56-66	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	sim	sim	Segurança, D	Não	Depende das medid	Diminui pouca	3	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa do Norte	Europa do Norte	sim	Do meio de transport	sim	Segurança, D	Não	Não	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Lazer	América do Norte	América do Norte	Não	Do meio de transport	sim	Segurança	Não	Não	Diminui pouca	2	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Homem	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Segurança, A	Não	Depende das medid	Aumenta pouc	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Ambadas Terroria	Não	Não	Não	Depende das medid	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	Não	sim	sim	Depende das medid	Diminui pouca	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Não	Lazer	Esta pergunta nã	Europa do Norte	Não	sim	sim	sim	Paris	Depende das medid	Diminui pouca	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Consequências de u	Não	sim	sim	Aumenta pouc	1	1	Maior divulgação da imagem do de	
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa do Norte	Europa do Norte	Não	Ambadas Terroria	sim	Segurança	sim	Nova loqui	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Segurança, D	Não	Depende das medid	Diminui pouca	3	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	26-36	portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Segurança, D	sim	Madrid (A)	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Segurança	sim	Paris, Mad	Aumenta pouc	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Segurança	Não	Não	Diminui pouca	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Homem	-36	portuguesa Em	Lazer	Europa do Sul	Europa do Sul	Não	Consequências de u	Não	sim	sim	sim	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Doenças	Não	sim	Diminui pouca	3	3	Mais medidas de segurança
2016/01/04.2	Homem	-36	luga	Em	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Consequências de u	Não	sim	sim	sim	Aumenta pouc	3	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Fenêr documentas,	sim	Segurança	Não	Depende das medid	Aumenta pouc	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Homem	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Segurança, D	Não	Depende das medid	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/04.2	Mulher	26-36	Portuguesa Não	Lazer	Europa do Sul	Europa do Sul	Não	Do meio de transport	sim	Segurança, D	sim	Paris	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05.0	Mulher	-36	portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Segurança, D	sim	Paris	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05.0	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Segurança	sim	Landres	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05.0	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Oriental	Europa Oriental	sim	Do meio de transport	sim	Segurança, A	Não	Não	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05.0	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa do Sul	Europa do Sul	sim	Do meio de transport	sim	Segurança	Não	Depende das medid	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05.0	Homem	26-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	sim	Do meio de transport	sim	Segurança, A	Não	Não	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05.0	Mulher	-36	Portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Não	Não	Não	Diminui pouca	3	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05.0	Mulher	-36	portuguesa Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	sim	Segurança	sim	Aumenta pouc	3	4	Maior divulgação da imagem do de	
2016/01/05.0	Mulher	26-36	Timorense	Lazer	Asia e Pacifica	Asia e Pacifica	sim	Ambadas Terroria	sim	Segurança	Não	sim	Aumenta pouc	3	3	Mais medidas de segurança

Resultados dos Inquéritos (versão portuguesa)

Carimbo de id	Género	Idade	Nacionalid	1. Destu	1.1. Se sim, porq	2. Para onde já viajou?	3. Alguma 3.1. Que meios sem	4. Tem	4.1. De sim, q	5.1. Be si	5. Se tivesse Viaje	7. O facto de u	8. Na	9. Em	10. Que fatores podem ser import
2016/01/05 0	Mulher	25-36	Azema/Port	Sim	Família e Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Atenas/Paris	Não	Não	Depende das medid	Diminui muito	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 0	Homem	-25	Português	Não	Lazer	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	Não	Não	Depende das medid	Diminui pouco	3	2	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Sim	Do meio de transport	Sim	Francia	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não	Atenas/Paris	Sim	Londres	Depende das medid	Aumenta pouc	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Sim	Do meio de transport	Não	Madrid	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança, Viaje
2016/01/05 1	Mulher	25-36	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não	Nenhum	Sim	Paris	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	25-36	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Segurança, D	Sim	Londres, N	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Sim	Londres	Não	Diminui muito	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Do meio de transport	Sim	Munique	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	-25	PT	Sim	Amigos	Europa Ocidental, Euro	Não	Não sinto medos du	Não	Londan	Depende das medid	Diminui pouco	3	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Do meio de transport	Sim	nova Iorque	Depende das medid	Diminui pouco	2	4	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Amér	Não	Atenas/Paris	Sim	Paris	Depende das medid	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/05 1	Mulher	35-46	Português	Sim	Lazer	Europa do Sul	Sim	Do meio de transport	Sim	Paris	Não	Aumenta pouc	4	3	Mais medidas de segurança, Viaje
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portugal	Não	Negocio	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	Não	Doenç	Não	Diminui muito	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	-25	PORTUGU	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, A	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte, África	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	3	3	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	25-36	Português	Sim	Negocio	Europa Ocidental, Euro	Não	Ficar com uma óben	Sim	Londres, P	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	35-46	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Asia	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	2	2	Marketing (demonstração) de semor
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	3	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portugal	Não	Lazer	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, N	Não	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança, Viaje
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não	Ficar com uma óben	Sim	segurança, A	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Não	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Ficar com uma óben	Sim	Paris	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Ficar com uma óben	Sim	Londres, P	Depende das medid	Aumenta pouc	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	35-46	Português	Sim	Lazer	Europa do Sul	Não	Ficar com uma óben	Sim	segurança, A	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Não	Lazer	Europa do Sul	Não	Ficar com uma óben	Sim	segurança, D	Depende das medid	Aumenta pouc	3	3	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Ficar com uma óben	Sim	Israel, Egito	Depende das medid	Aumenta pouc	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte, Amér	Não	Ficar com uma óben	Sim	segurança, N	Depende das medid	Aumenta pouc	2	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Ficar com uma óben	Sim	segurança, N	Depende das medid	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Não	Lazer	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, A	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	3	2	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	25-36	Portugal	Sim	Negocio	Europa Ocidental, Euro	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Aumenta pouc	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portugal	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Sim	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança, Viaje
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança, Viaje
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Sim	Madrid	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Sul	Não	Do meio de transport	Sim	Madrid	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Do meio de transport	Sim	Paris, Mad	Depende das medid	Diminui pouco	2	3	Mais medidas de segurança, Viaje
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Não	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Atenas/Paris	Sim	Hammame	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	-25	Português	Não	RESPONSA anterior	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Não	Não	Depende das medid	Diminui pouco	2	3	Viagens low cost (boxer preças
2016/01/05 1	Homem	45-56	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Do meio de transport	Sim	segurança, D	Depende das medid	Aumenta pouc	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	35-46	Português	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Do meio de transport	Sim	Madrid, pa	Depende das medid	Diminui pouco	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-25	Português	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Sim	segurança, A	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança, Viaje
2016/01/05 1	Mulher	45-56	Brasileira	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Atenas/Paris	Sim	Paris	Depende das medid	Diminui pouco	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	35-46	Bras	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Amér	Sim	Ficar com uma óben	Sim	Madrid	Depende das medid	Diminui pouco	3	2	Mais medidas de segurança, Maint

Resultados dos inquéritos (português)

Carimbo de identificação	1. Gênero	1.1. Be sim, porq	2. Para onde já viajou?	3. Alguma 3.1 Que meios sem?	4. Tem	4.1 Be sim, q	5.1 Be si	6. Be tveze viaje	7. O facto de u	8. Na	9. Em	10. Que fatores podem ser import		
2016/01/05 1	Homem	-25	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Oriental, Europa Não	Europa Oriental, Europa Não	Do meio de transport	Não	Não	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança, Deba
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Em	Segurança	Não	Aumenta pouc	3	3	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-26	portuguesa	Em	Lazer	Europa do Norte, Europa Não	Europa do Norte, Europa Não	Não	Segurança	Não	Aumenta pouc	3	3	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Doenças	Em	Diminui pouca	2	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	26-36	Portuguesa	Não	Não	Não	Não	Não	Segurança	Não	Diminui pouca	3	1	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/05 1	Mulher	36-46	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança, D	Não	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Segurança, D	Não	Aumenta pouc	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	portuguesa	Em	Lazer	Europa do Norte, Europa Não	Europa do Norte, Europa Não	Não	Segurança, A, N	Não	Diminui pouca	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança	Não	Diminui pouca	3	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança	Não	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa do Norte, Améri	Europa do Norte, Améri	Em	Doenças	Não	Aumenta pouc	3	4	Vigância low cost (baixar preços)
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Doenças	Não	Aumenta pouc	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	36-46	Portuguesa	Em	Lazer	Europa do Sul	Europa do Sul	Em	Segurança, A, N	Não	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança, A, N	Não	Diminui pouca	3	3	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Em	Segurança, D	Não	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança, D	Não	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Segurança	Em	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	26-36	brasileira	Em	Lazer	Europa do Norte, Améri	Europa do Norte, Améri	Em	Segurança	Não	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portuguesa	Em	Lazer	Europa do Norte, Europa Não	Europa do Norte, Europa Não	Em	Doenças	Em	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	26-36	Brasileiro	Em	Lazer	Europa do Sul, África	Europa do Sul, África	Não	Segurança, D	Em	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portuguesa	Não	Lazer	Europa do Sul, África	Europa do Sul, África	Não	Segurança, D	Não	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Não	Segurança	Em	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança, D	Em	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa do Norte, Améri	Europa do Norte, Améri	Em	Segurança, D	Em	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/05 1	Homem	26-36	Isa brasileiro	Em	Lazer	Europa Ocidental, Améri	Europa Ocidental, Améri	Em	Segurança, D	Em	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	26-36	portuguesa	Em	Lazer	Europa do Norte, Améri	Europa do Norte, Améri	Em	Doenças	Em	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	-25	Portugal	Em	Lazer	Europa do Norte, Améri	Europa do Norte, Améri	Em	Segurança, A, N	Não	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-25	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança	Em	Aumenta pouc	3	3	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/05 1	Mulher	-26	portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Améri	Europa Ocidental, Améri	Não	Segurança, D	Não	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/05 1	Homem	46-56	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Oriental	Europa Oriental	Não	Segurança, D	Em	Diminui pouca	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Homem	26-36	Portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Segurança, A, N	Não	Diminui pouca	4	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	-25	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Não	Segurança, D	Em	Aumenta pouc	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Améri	Europa Ocidental, Améri	Em	Segurança, D	Não	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Homem	-26	Portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Segurança	Não	Aumenta pouc	2	3	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa do Sul	Europa do Sul	Não	Doenças	Não	Aumenta pouc	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Doenças	Não	Aumenta pouc	3	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 1	Mulher	26-36	Venezuelan	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Não	Segurança	Em	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 1	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa do Norte	Europa do Norte	Não	Segurança, D	Em	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 2	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Ásia	Europa Ocidental, Ásia	Em	Segurança, D	Não	Aumenta pouc	3	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 2	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança	Não	Diminui pouca	3	4	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/05 2	Homem	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança, D	Em	Diminui pouca	3	3	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 2	Mulher	26-36	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Doenças	Em	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 2	Mulher	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Doenças	Em	Diminui pouca	4	3	Mais medidas de segurança
2016/01/05 2	Homem	-26	Portuguesa	Em	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Europa Ocidental, Euro	Em	Segurança, A, N	Não	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/05 2	Mulher	-26	Portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Segurança, D	Não	Diminui pouca	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/05 2	Homem	-26	Portugal	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Segurança, D	Não	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de
2016/01/05 2	Homem	-26	Portugal	Em	Lazer	Europa Ocidental	Europa Ocidental	Não	Segurança, D	Não	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem do de

Resultados dos inquéritos (português)

Carimbo de id.	Género	Idade	Nacionalid.	1. Custo	1.1. Be sim, porq	2. Para onde já viajou?	3. Alguns 3.1 Que meios senti	4. Tem	4.1 Be sim, q	5. Agu	5.1 Be si	6. Se tivesse viaje	7. O facto de u	8. Na	9. Em	10. Que factores podem ser import
2016/01/05	Mulher	25-36	portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não	Não	Não	Não		Sim	Aumenta pouc	3	3	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/05	Mulher	25-36	portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	criminalidade	Segurança	Sim	London, B	Depende das medi	Diminui multo	3	3	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/05	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Do meio de transport	Segurança, D	Sim	Paris	Depende das medi	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/10	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não	Ficar com uma doen	Segurança, D	Não		Não	Diminui pouca	3	2	Passar uma imagem já recuperada
2016/01/10	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não	Ficar com uma doen	Segurança, D	Não		Não	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/10	Mulher	25-36	portuguesa	Sim	Lazer	Europa do Sul	Não		Segurança, A	Sim	Madrid, Pa	Depende das medi	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/10	Mulher	25-36	brasileira	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não		Segurança, D	Não		Sim	Aumenta pouc	4	4	Mais medidas de segurança
2016/01/10	Homem	25-36	portuguesa	Não	nao!	Europa Ocidental	Não		Segurança, D	Não		cada casa e um cas	Aumenta pouc	3	3	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/11	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não	Ficar com uma doen	Segurança	Não		Depende das medi	Diminui multo	3	2	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/11	Mulher	25-36	portuguesa	Não	Lazer	Europa Ocidental	Sim	Do meio de transport	Segurança	Não		Depende das medi	Diminui pouca	4	3	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/11	Mulher	25-36	Portuguesa	Não	Lazer		Sim	Do meio de transport		Não		Sim	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/11	Homem	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não	Do meio de transport	Segurança, D	Não		Depende das medi	Aumenta pouc	2	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/12	Mulher	35-46	Portuguesa	Não	Lazer	Europa Oriental, Europa	Sim		Segurança, D	Sim	Paris	Sim	Diminui pouca	3	3	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/12	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Oriental, Europa	Sim	Do meio de transport	Segurança, D	Não		Não	Diminui multo	4	3	Mais medidas de segurança, Vage
2016/01/12	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Visitar os pais no	Europa Ocidental	Não		Não	Não		Sim	Aumenta pouc	4	3	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/13	Homem	25-36	Portuguesa	Não		Europa Oriental, Europa	Não		Segurança, D	Não		Sim	Aumenta pouc	3	3	Mais medidas de segurança, Criaç
2016/01/13	Mulher	25-36	Portuguesa	Não		Europa Ocidental, Euro	Sim	Mosquitos	Repetente de	Não		Não	Diminui pouca	3	4	Mais medidas para uma boa convi
2016/01/14	Mulher	25-36	portuguesa	Sim	Lazer	Europa do Norte	Não		Sim	Sim	paris, lond	Sim	Diminui pouca	2	1	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/15	Mulher	25-36	Portuguesa	Não	Lazer	Europa do Norte	Sim	Do meio de transport	Não	Não		Depende das medi	Diminui pouca	4	4	Viagens low cost (baixar preços
2016/01/16	Mulher	25-36	Portuguesa	Não	Lazer	Europa do Norte	Não	Do meio de transport	Não	Não		Sim	Diminui pouca	3	3	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/16	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não		Não	Não		Depende das medi	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/21	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa do Sul	Não	Do meio de transport	Não	Não		Sim	Aumenta pouc	2	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/22	Homem	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental	Não		Doenças	Não		Depende das medi	Diminui pouca	3	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/26	Mulher	25-36	Portuguesa	Não	Lazer	Europa do Sul	Não	Ficar com uma doen	Segurança, A	Não		Não	Diminui multo	3	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/27	Homem	25-36	Portuguesa	Não	Lazer		Não		Não	Não		Depende das medi	Diminui pouca	4	4	Maior divulgação da imagem da de
2016/01/29	Mulher	25-36	portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Sim	Do meio de transport		Sim	Paris	Sim	Diminui pouca	3	3	Mais medidas de segurança
2016/01/30	Mulher	25-36	Portuguesa	Sim	Lazer	Europa Ocidental, Euro	Não		Doenças	Não		Depende das medi	Diminui pouca	3	4	Mais medidas de segurança, Vage

Anexo 6

Resultado dos inquéritos (versão inglesa)

Caixa de e-mail/ID	Age	Nationality	1. Do you travel?	2. Where have you lived?	3. Have you lived?	4. Have you ever?	5. Have you ever?	6. Have you ever?	7. The last that a place?	8. In what ways is?	9. In what ways is?	10. Which factors can be?
201600108 10.12.11	26-36	Portuguese	Yes	Western Europe, North	No	Getting a disease (c, e)	Security, Diseases	Yes	New York, London	Slightly increase	Damage	A wider dissemination of
201600108 13.30.54	26-36	French	No	Western Europe, North	No	Getting a disease (c, e)	Diseases	No	X	Slightly decrease	Damage a lot	A wider dissemination of
201600108 13.37.30	26-36	French	Yes	Eastern Europe, North	Yes	Means of transportation	Diseases	Yes	Nombassa, Paris	It would depend on	Damage	A wider dissemination of
201600108 13.37.59	26-36	French	No	Western Europe, South	No	Getting a disease (c, e)	Diseases	Yes	Mosid	Slightly decrease	Damage	A wider dissemination of
201600108 13.50.53	26-36	Swiss	Yes	Western Europe, North	No	Means of transportation	Security, Diseases	No	Paris, London	It would depend on	Damage a lot	Tighter security measure
201600108 14.00.33	26-36	French	No	Western Europe, South	No	Means of transportation	Security, Diseases	Yes	Paris, Berlin, Madrid	Slightly decrease	Damage	A wider dissemination of
201600108 14.10.28	26-36	French	Yes	Western Europe, Eastern	Yes	Means of transportation	Security, Diseases	Yes	London	It would depend on	Damage	Tighter security measure
201600108 14.15.57	26-36	Swiss	No	Western Europe, North	No	Means of transportation	Security, Terrorist attacks	Yes	New York City	It would depend on	Affects a lot	A wider dissemination of
201600108 17.46.03	26-36	Indivíduo	No	Eastern Europe	No	Getting a disease (c, e)	Diseases	Yes	New York City	Slightly increase	Affects	A wider dissemination of
201600108 18.10.01	26-36	Swiss	Yes	Western Europe, Eastern	No	Means of transportation	Diseases	No		Slightly increase	Affects	A wider dissemination of
201600108 22.53.07	26-36	Portuguese	No	Northern Europe	No	Means of transportation	Security, Terrorist attacks	No		Decrease a lot	Affects	A wider dissemination of
201600117 23.17.47	26-36	Chinese	Yes	Western Europe, Asia	Yes	Terrorist attacks	Security, Terrorist attacks	No		Decrease a lot	Affects	A wider dissemination of
201600118 23.13.34	26-36	China	No	Western Europe, South	No	Getting a disease (c, e)	Security	No		It would depend on	Affects a lot	A wider dissemination of
201600118 23.15.41	26-36	Chinese	Yes	Western Europe, South	Yes	Means of transportation	Security, Terrorist attacks	No		It would depend on	Affects	A wider dissemination of
201600118 23.16.28	26-36	Chinese	No	Western Europe, South	No	Means of transportation	Security, Terrorist attacks	Yes	Paris	No	Affects a lot	A wider dissemination of
201600118 23.16.44	26-36	China	Yes	Western Europe, North	Yes	Means of transportation	Terrorist attacks	Yes	Paris	No	Affects	A wider dissemination of
201600118 23.21.19	26-36	China	Yes	Western Europe, Eastern	Yes	Means of transportation	Terrorist attacks	Yes	Paris	No	Affects a lot	A wider dissemination of
201600118 23.34.09	26-36	China	No	Western Europe, Eastern	No	Getting a disease (c, e)	Diseases	No	Paris	No	Affects a lot	A wider dissemination of
201600118 23.46.55	26-36	Chinese	Yes	Southern Europe, Asia	No	Getting a disease (c, e)	Security	Yes	Paris	It would depend on	Affects a lot	Tighter security measure
201600119 01.10.13	26-36	Chinese	Yes	Western Europe, South	Yes	Means of transportation	Security	No		It would depend on	Affects a lot	Tighter security measure
201600119 01.38.12	26-36	Chinese	Yes	Asia and Pacific	Yes	Means of transportation	Security	No		Decrease a lot	Affects	Tighter security measure
201600119 01.41.28	26-36	CHINA	No	Asia and Pacific	Yes	Getting a disease (c, e)	Security, Diseases	Yes	Thailand	No	Affects a lot	A wider dissemination of
201600119 05.12.19	26-36	Chinese	Yes	Asia and Pacific	Yes	Terrorist attacks	Security, Diseases	No		It would depend on	Affects a lot	A wider dissemination of
201600119 06.30.07	26-36	French	No	Southern Europe, Africa	Yes	Terrorist attacks	Security, Diseases	No		It would depend on	Affects a lot	A wider dissemination of
201600119 08.11.21	26-36	China	No	Western Europe, Asia	No	Means of transportation	Security, Terrorist attacks	Yes	Paris	Yes	Affects a lot	A wider dissemination of
201600119 10.01.11	26-36	Portuguese	Yes	Northern Europe, South	Yes	Means of transportation	Security, Terrorist attacks	Yes	London, Paris	Slightly decrease	Affects	A wider dissemination of
201600119 10.20.09	26-36	China	Yes	Western Europe, North	No	Getting a disease (c, e)	Security, Terrorist attacks	No		Slightly decrease	Affects	Tighter security measure
201600119 11.52.20	26-36	Chinese	Yes	Western Europe, South	Yes	Means of transportation	Security	No		Decrease a lot	Affects	A wider dissemination of
201600119 13.40.27	26-36	China	Yes	Western Europe, Eastern	Yes	Means of transportation	Diseases	Yes	Munch Madrid	It would depend on	Affects a lot	Tighter security measure
201600119 13.45.38	26-36	China	Yes	Western Europe, Eastern	No	Getting a disease (c, e)	Security	No		Decrease a lot	Affects a lot	Tighter security measure
201600119 13.45.59	26-36	China	No	Western Europe, Eastern	No	Means of transportation	Security	Yes	Paris, New York	Slightly decrease	Affects a lot	Tighter security measure
201600119 16.22.20	26-36	Chinese	Yes	Western Europe, Africa	No	Terrorist attacks, Fear	Security, Terrorist attacks	No		It would depend on	Slightly affects	Tighter security measure
201600120 02.21.56	26-36	China mosau	Yes	Asia and Pacific	Yes	Means of transportation	Security, Terrorist attacks	No		It would depend on	Important	A wider dissemination of
201600121 03.06.30	26-36	Chinese	Yes	Western Europe, South	No	Means of transportation	Security	Yes	New York	It would depend on	Affects a lot	Tighter security measure
201600127 13.40.07	26-36	Chinese	Yes	Western Europe, Eastern	Yes	Means of transportation	Security	No		It would depend on	Affects a lot	Tighter security measure
201600207 11.48.01	26-36	CH	Yes	Eastern Europe	No	Getting a disease (c, e)	Diseases	Yes	Paris	No	Affects a lot	A wider dissemination of
201600207 13.42.20	26-36	Serbian	Yes	Eastern Europe	No	Getting a disease (c, e)	Diseases	No		Decrease a lot	It doesn't affect	Tighter security measure