e-Tec Brasil
Escola Técnica Aberta do Brasil

Fundamentos de Turismo e Hospitalidade

Marivan Tavares dos Santos

Curso Técnico em Hospedagem

CETAM
Centro de Educação Tecnológica do Amazonas

UNIVERSIDADE FEDERAL
DE SANTA CATARINA

Ministério da Educação

e-Tec Brasil
Escola Técnica Aberta do Brasil

Fundamentos de Turismo e Hospitalidade

Marivan Tavares dos Santos

CETAM
Centro de Educação Tecnológica do Amazonas

Manaus-AM
2010

Presidência da República Federativa do Brasil

Ministério da Educação

Secretaria de Educação a Distância

© Centro de Educação Tecnológica do Amazonas

Este Caderno foi elaborado em parceria entre o Centro de Educação Tecnológica do Amazonas e a Universidade Federal de Santa Catarina para o Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

Equipe de Elaboração
Centro de Educação Tecnológica do Amazonas-CETAM

Coordenação Institucional
Adriana Lisboa Rosa/CETAM
Laura Vicuña Velasquez/CETAM

Coordenação do Curso
Márcia Fernanda Izidoro Gomes/CETAM

Professora-autora
Marivan Tavares dos Santos/CETAM

Comissão de Acompanhamento e Validação
Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Coordenação Institucional
Araci Hack Catapan/UFSC

Coordenação do Projeto
Silvia Modesto Nassar/UFSC

Coordenação de Design Instrucional
Beatriz Helena Dal Molin/UNIOESTE e UFSC

Coordenação de Design Gráfico
Carlos Antonio Ramirez Righi/UFSC

Design Instrucional
Renato Cislaghi/UFSC

Web Master
Rafaela Lunardi Comarella/UFSC

Web Design
Beatriz Wilges/UFSC
Gustavo Mateus/UFSC

Diagramação
Bruno César Borges Soares de Ávila/UFSC

Revisão
Júlio César Ramos/UFSC

Projeto Gráfico
e-Tec/MEC

Catalogação na fonte elaborada pela DECTI da Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Catarina

S237f Santos, Marivan Tavares dos
Fundamentos de turismo e hospitalidade / Marivan Tavares dos Santos. – Manaus : Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.
52 p. : tabs.

Inclui bibliografia
Curso Técnico em Hospedagem, desenvolvido pelo Programa Escola Técnica Aberta do Brasil.

ISBN: 978-85-63576-17-0
1. Turismo. 2. Hospitalidade. I. Título. II.Título: Curso Técnico em Hospedagem.

CDU: 380.8

Apresentação e-Tec Brasil

Prezado estudante,

Bem-vindo ao e-Tec Brasil!

Você faz parte de uma rede nacional pública de ensino, a Escola Técnica Aberta do Brasil, instituída pelo Decreto nº 6.301, de 12 de dezembro 2007, com o objetivo de democratizar o acesso ao ensino técnico público, na modalidade a distância. O programa é resultado de uma parceria entre o Ministério da Educação, por meio das Secretarias de Educação a Distancia (SEED) e de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC), as universidades e escolas técnicas estaduais e federais.

A educação a distância no nosso país, de dimensões continentais e grande diversidade regional e cultural, longe de distanciar, aproxima as pessoas ao garantir acesso à educação de qualidade, e promover o fortalecimento da formação de jovens moradores de regiões distantes, geograficamente ou economicamente, dos grandes centros.

O e-Tec Brasil leva os cursos técnicos a locais distantes das instituições de ensino e para a periferia das grandes cidades, incentivando os jovens a concluir o ensino médio. Os cursos são ofertados pelas instituições públicas de ensino e o atendimento ao estudante é realizado em escolas-polo integrantes das redes públicas municipais e estaduais.

O Ministério da Educação, as instituições públicas de ensino técnico, seus servidores técnicos e professores acreditam que uma educação profissional qualificada – integradora do ensino médio e educação técnica, – é capaz de promover o cidadão com capacidades para produzir, mas também com autonomia diante das diferentes dimensões da realidade: cultural, social, familiar, esportiva, política e ética.

Nós acreditamos em você!

Desejamos sucesso na sua formação profissional!

Ministério da Educação
Janeiro de 2010

Nosso contato
etecbrasil@mec.gov.br

Indicação de ícones

Os ícones são elementos gráficos utilizados para ampliar as formas de linguagem e facilitar a organização e a leitura hipertextual.

Atenção: indica pontos de maior relevância no texto.

Saiba mais: oferece novas informações que enriquecem o assunto ou "curiosidades" e notícias recentes relacionadas ao tema estudado.

Glossário: indica a definição de um termo, palavra ou expressão utilizada no texto.

Mídias integradas: sempre que se desejar que os estudantes desenvolvam atividades empregando diferentes mídias: vídeos, filmes, jornais, ambiente AVEA e outras.

Atividades de aprendizagem: apresenta atividades em diferentes níveis de aprendizagem para que o estudante possa realizá-las e conferir o seu domínio do tema estudado.

Sumário

Palavra da professora-autora **8**

Apresentação da disciplina **9**

Projeto instrucional **10**

Aula 1 – Fundamentos de turismo: um breve olhar **11**
1.1 Origem da palavra turismo 11
1.2 O que é o turismo? 12
1.3 Tipos e formas de turismo 14

Aula 2 – Mercado turístico, turismo nacional e internacional **17**
2.1 Mercado turístico 17
2.2 Turismo no Brasil 20
2.3 Turismo internacional 23
2.4 O turismo e as sociedades contemporâneas 25

Aula 3 – Política de turismo **29**
3.1 Conceito de política e política pública 29
3.2 Breve histórico sobre a política do turismo no Brasil 32
3.3 A economia do turismo: atividades turísticas e atividades humanas 34

Aula 4 – Planejamento turístico e estrutura de um plano de desenvolvimento turístico: conceitos básicos **38**
4.1 Planejando o turismo 38
4.2 Participação da atividade turística - uma visão crítica 41
4.3 Estrutura de um plano municipal de desenvolvimento turístico 43

Palavra da professora-autora

Olá estudante!

Somos sabedores que o conhecimento propicia várias viagens e que, em geral, é uma atividade feita por prazer, que certamente influencia na qualidade do aprendizado e na qualidade de vida do indivíduo.

Esta é uma disciplina que dispõe a você, caro estudante, um atendimento planejado, a fim de provir um guia em busca do conhecimento apresentando um conjunto de conteúdos necessários para atraí-lo a fazer o Curso Técnico em Hospedagem.

Este caderno, sem dúvida, contribuirá de forma significativa para o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

Construímos, assim, o roteiro de uma viagem com vários itinerários, para atender o desejo e/ou necessidade de quem decidiu habilitar-se através deste curso e, certamente, tais itinerários facilitarão a participação, a integração e a construção do conhecimento, ou melhor, a sua incursão e excursão ao conhecimento dado e novo.

Por isso, o convite: vamos juntos fazer uma excursão nessa rede de conhecimento!

Marivan Tavares dos Santos

Apresentação da disciplina

Um novo desafio nos é posto a cada viagem em busca do conhecimento. São essas viagens que nos permitem desbravar o desconhecido, descobrir outros sentidos, outras formas no ato de aprender. Este caderno apresenta caminhos diversos, com paisagens e portos atraentes, que lhe permitem excursionar e incursionar entre informações para enriquecer e consolidar sua formação.

Este caderno de **Fundamentos de Turismo e Hospitalidade** oferece informações sobre pontos turísticos importantes para despertar seu interesse em ingressar na construção do conhecimento.

Na primeira aula apresentamos a origem etimológica do termo turismo e os posicionamentos de diversos autores quanto a sua conceituação etimológica.

Na segunda aula abordamos o mercado turístico em um mundo globalizado, o cenário turístico brasileiro e internacional e o contexto atual do turismo.

Na terceira aula trazemos conceitos de políticas e políticas públicas, a evolução destas na área do turismo no Brasil e o turismo como um fator de desenvolvimento social e econômico, gerador de divisas, de empregos e distribuidor de renda.

Na quarta aula destacamos o planejamento como uma ferramenta importante para tornar o segmento turístico um decisivo fator no desenvolvimento local, regional e nacional e os elementos que compõem um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico.

Trata-se de um caderno que objetiva uma viagem à reflexão rumo ao conhecimento, à seleção de informações para o aprimoramento pessoal e profissional do indivíduo em uma sociedade marcada por contradições impostas pela modernidade: viver e sobreviver respeitando a diversidade sem destruir o ambiente.

Projeto instrucional

Disciplina: Fundamentos de Turismo e Hospitalidade (carga horária: 40h)

Ementa: Turismo - fenômeno econômico e social. Fundamentos do turismo - história do turismo, conceitos, definições e sistemas. Tipos, classificação e formas de turismo. Mercado turístico. Variáveis da motivação e do deslocamento. Legislação turística. Órgãos oficiais de turismo. Associações.

AULA	OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM	MATERIAIS	CARGA HORÁRIA (horas)
1. Fundamentos de Turismo: um breve olhar	Conhecer a origem etimológica do termo turismo e os diferentes posicionamentos de diversos autores quanto a sua conceituação etimológica. Entender o que é turismo a partir dos diversos olhares de autoridades no assunto. Compreender os tipos e formas de turismo.	Caderno de Fundamentos de Turismo e Hospitalidade. Hipertextos.	10
2. Mercado turístico, turismo nacional e internacional	Entender o mercado turístico e suas características em um mundo globalizado. Conhecer o cenário do turismo no Brasil e no exterior, com a globalização. Compreender o contexto atual do turismo diante da diversidade econômica, tecnológica e cultural.	Material teórico com exemplos práticos. Material digital com exemplos. Sites.	10
3. Política de turismo	Diferenciar conceito de política e política pública. Conhecer como ocorreu a evolução política do turismo no Brasil. Compreender que o turismo é uma fonte poderosa para o crescimento socioeconômico da localidade.	Caderno de Fundamentos de Turismo e Hospitalidade. Autodemonstração. Mídias integradas.	10
4. Planejamento turístico e a estrutura de um plano de desenvolvimento turístico: conceitos básicos.	Compreender a importância de se ter um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico para a comunidade. Identificar os elementos fundamentais que compõem um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico. Ser capaz de elaborar um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico.	Texto explicativo com ilustrações de utilização. Hipertextos. Sites.	10

Aula 1 – Fundamentos de turismo: um breve olhar

Objetivos

Conhecer a origem etimológica do termo turismo, bem como o posicionamento dos diversos autores quanto a sua conceituação etimológica.

Entender o que é turismo a partir dos diversos olhares de autoridades no assunto.

Compreender os tipos e formas de turismo.

1.1 Origem da palavra turismo

É interessante conhecermos o significado e o sentido da palavra turismo. Podemos dizer que esta palavra é oriunda das palavras francesas *tourisme* e *touriste.* Entretanto, existem diferentes posicionamentos quanto a sua conceituação etimológica. Para Oliveira (2001), as palavras *tourism* e *tourist,* de origem inglesa, já estavam registradas em documentos desde 1760, na Inglaterra.

Vários estudiosos, inclusive o suiço Arthur Haulot, apresentam-na como de origem hebreia, advinda da palavra *tur*, constante na Bíblia – Êxodo, capítulo XII, versículo 17, quando "Moisés enviou um grupo de representantes ao país de Canaã para visitá-lo e informar-se a respeito de suas condições topográficas, demográficas e agrícolas". Nessa forma, *tur* é hebreu antigo e significa "viagem de descoberta, de exploração, de reconhecimento".

Segundo o Novo dicionário da língua portuguesa (FERREIRA, 2004), a matriz da palavra turismo é da língua inglesa, compactuando com o posicionamento do lexicógrafo lusitano Francisco Júlio Caldas Aulete, que em seu Dicionário contemporâneo da língua portuguesa cita que a língua portuguesa adotou o termo através do inglês e não diretamente da matriz francesa.

1.1.1 Thomas Cook: o pai do turismo

Thomas Cook, o pai das agências de viagens, organizou, em 1841, a primeira excursão para transportar 578 pessoas de Loughborough a Leicester, a fim de participarem de um congresso antialcoolismo. Nesse processo de organização da viagem, ficou claro que o meio de transporte não era o único item necessário, mas também se precisava levar em conta outros segmentos, tais como: hospedagem, alimentação e pontos turísticos. Ainda incluiram-se outras atividades como jogo e dança ao som da banda que acompanhou os viajantes.

Depois desse feito, Cook passou a explorar comercialmente um novo ramo de transporte e organização de viagens. Em 1845, com o intuito de organizar viagens atendendo aos desejo de clientes, fundou, em parceria com seu filho James, a agência *Thomas Cook & Son*. Foi ele o primeiro a criar o pacote turisco (preço, passagem, translados, refeições e hospedagem).

Thomas Cook, personagem que revolucionou a atividade comercial do turismo, foi quem introduziu o conceito de viagem organizada e assim popularizou essa atividade e a tornou mais acessível a todas as classes sociais.

1.2 O que é o turismo?

Turismo compreende um sistema de serviços com finalidade única e exclusiva de planejamento, promoção e excursão de viagem. Mas é preciso que se tenha infraestrutura adequada para atender ao desejo e/ou necessidade da pessoa que adquiriu o serviço, a saber: a recepção, hospedagem, consumo e atendimento às pessoas e/ou grupos oriundos de suas localidades residenciais.

Para esclarecer um pouco mais, descreveremos alguns conceitos básicos de turismo fundamentados em autoridades no assunto.

O professor e semanticista Hayakawa (1963, p.16) apresenta as acepções de turismo partindo de dois pontos de vista: o do viajante e o do sistema econômico. O do primeiro compreende uma "viagem ou excursão por prazer, a locais que despertam o interesse"; o do segundo, ao afirmar que turismo é o conjunto dos serviços necessários que visa dar condições de atendimento por meio de provisão de itinerários, guias, acomodações, transporte entre outros serviços para atrair os que fazem turismo. Portanto, há o envolvimento de múltiplos interesses conjugados em atividade econômica, contribuindo para a criação de riqueza e melhoria do bem-estar dos cidadãos.

De acordo com Montejano (2001), o fenômeno turístico é uma atividade humana fundamentada em disciplinas relacionadas com as ciências sociais e humanas, interligado diretamente com o tempo livre e com a cultura do lazer.

Para Hermann Von Schattenhofen (apud MOESCH, 2002, p. 10), o turismo "compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado".

A Organização Mundial de Turismo (OMT), em 1994, formulou um conceito de turismo que passou a ser referência para a elaboração das estatísticas internacionais. Vejamos:

> O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001, p. 38).

Embora se encontrem diferentes conceitos de atividade turística, o interessante é que, de modo geral, nesses conceitos há inclusos os três aspectos básicos componentes da estrutura do turismo, que são: o físico, o tempo e o indivíduo.

O turismo constitui-se fundamentalmente como um conjunto de técnicas baseadas em princípios científicos com o objetivo de prestar uma série de serviços a pessoas que intencionam aproveitar o tempo livre para viajar, denominadas turistas ou excursionistas. Esse tempo disponível para o lazer, fins de semana, férias, feriados prolongados, termina por incentivar um grande número de pessoas a aderir ao turismo como uma necessidade vital para a qualidade de vida.

Figura 1.1: Viajar e conhecer a cultura dos países
Fonte: http://offtrackplanet.com/

Discuta no fórum do AVEA: Quais são as contradições e convergências do turismo para o desenvolvimento econômico e sociocultural do ambiente explorado para esse tipo de atividade. Escreva um artigo jornalístico ou um roteiro de vídeo sobre o resultado da discussão dos temas.

As atividades turísticas influenciam, quer se queira, quer não, o comportamento do indivíduo, na sua forma de ver o mundo, até porque nessas viagens estreita-se a distância não só física mas também cultural, possibilitando, assim, muitas vezes, a compreensão do lugar que o indivíduo ocupa no mundo e a ligação que possa existir entre indivíduos. Esse é um ponto positivo da atividade turística.

1.3 Tipos e formas de turismo

1.3.1 Os tipos

O turismo, como setor de atividade fundamentalmente econômica, é o que mais tem crescido no mundo contemporâneo. Com isso, surge um cenário, o que propicia a existência de vários tipos de turismo, cada qual com sua característica. Essas atividades são resultantes das especificidades de cada região, dependendo da tipologia particular relacionada com os recursos turísticos de cada lugar ou espaço.

Consulte Montejano (2001). Depois, registre num arquivo os vários tipos de atividades turísticas apresentados por esse autor e poste no AVEA.

As tipificações de turismo existem pelas várias formas de se considerarem as razões que influenciam as pessoas a ingressarem em viagens com intuito turístico. Dentre as razões, incluem-se a "diversidade de modos de educação, da desigualdade de níveis pessoais, grupais e do próprio poder aquisitivo, além da diversificação etária, das oportunidades e das necessidades atendíveis" (ANDRADE, 2002, p.60).

Coloque-se sempre no lugar do turista. Informe os tipos de turismo que a localidade oferece e oriente os que querem investir no setor.

Figura 1.2: Diferentes escolhas turísticas
Fonte: Alexandre Ormond http://woophy.com/images/photos/292/28/l/630462.jpg e http://knol.google.com/k/-/-/2zpg85muccl7x/hab6wx/olinda.jpg

1.3.2 As formas

O turismo, como uma das principais atividades humanas, precisa levar em conta um nível mínimo de estrutura organizacional a partir das necessidades ou mesmo conveniências expressas pelas formas de se concretizar esse fenômeno. Assim sendo, toda uma estrutura deve ser planejada para atender à atividade turística, visto que compreende instalações de equipamentos, transporte, rede de água e esgoto, energia elétrica, comunicação, etc., e quem desfrutará dessa atividade será o ser humano, que é complexo e possui necessidades e desejos.

Andrade (2002, p.81) chama a atenção para que se faça uma reflexão acerca do "conjunto de formas por meio das quais as pessoas exercem as várias modalidades e os diferentes tipos de turismo". O que se tem em relação a essas diferentes formas de turismo aceita por estudiosos e especialistas consiste na sistematização existente.

Hoje, a atividade turística é um dos setores da econômia que apresentam os mais elevados índices de crescimento no contexto da economia industrializada. Todavia, nem todas as formas de turismo geram desenvolvimento com retorno econômico para a comunidade envolvida, principalmente quando se trata do turismo de massa, em que podem ser esgotados os recursos do meio ambiente utilizados.

Pesquise as diversas formas de turismo. Depois deposite no AVEA um texto dissertativo que apresente as várias formas de turismo, posicionando-se em relaçao a essas formas. Produza uma manchete jornalística e poste também no fórum da disciplina.

Resumo

Nesta aula você tomou conhecimento sobre a origem etimológica da palavra turismo a partir das diversas perspectivas de autoridades no assunto, bem como o que se tem escrito sobre o que é turismo, seus tipos, formas e quem é o turista.

Atividades de aprendizagem

1) Baseado no que foi dito sobre turismo, comente sobre "a importância da atividade turística para o desenvolvimento econômico do espaço geográfico que tem esse atrativo" e deposite no fórum destinado a esse assunto, no AVEA.

2) Podemos afirmar que as atividades turísticas influenciam, quer queira, quer não, no comportamento do indivíduo. Por que ocorre essa influência? Poste sua resposta no AVEA.

3) Cite alguns tipos de turismo que existem na sua região e faça um comparativo com os mencionados neste caderno. Para isso, redija um texto comentando sobre cada um deles, mas não se esqueça de interligar os do caderno e os da sua região. Poste no AVEA.

Aula 2 – Mercado turístico, turismo nacional e internacional

Objetivos

Entender o mercado turístico e suas características em um mundo globalizado.

Conhecer o cenário do turismo no Brasil e no exterior.

Compreender o contexto atual do turismo diante da diversidade econômica, tecnológica e cultural.

2.1 Mercado turístico

Assim como a economia mundial tem se globalizado, com o turismo não é diferente, pois a globalização atingiu vários setores da vida e isto significa que as informações locais podem ser acessadas dos mais longínquos lugares. Essa abertura de fronteiras possibilita conhecer sobre atrativos turísticos de cada localidade, independentemente de onde a pessoa esteja.

Segundo Lemos (2001, p.128), o mercado turístico consiste no "conjunto de relações de troca e de contatos entre aqueles que querem vender e os que querem comprar bens e serviços turísticos". É um local onde existe oferta e procura para as trocas comerciais. Nesse aspecto não se diferencia do comércio tradicional; por outro lado, a diferença está no produto. Vejamos: no tradicional, os consumidores compram uma determinada mercadoria num país e poderão levá-la para o de origem; já no turismo, o processo ocorre ao contrário: são os consumidores que se deslocam para consumir os produtos oferecidos *in loco*.

Figura 2.1: Diferentes mercados turísticos
Fonte: http://www.baixaki.com.br/imagens/wpapers/BXK16237_artesanato-cearense800.jpg

Para Oliveira (2001, p. 64), o mercado turístico é formado por:

a) **atrativos turísticos -** entendidos como todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los;

b) **equipamentos e serviços turísticos -** entendidos como o conjunto de edificações, instalações e serviços indispensável ao desenvolvimento da atividade turística; são constituídos pelos meios de hospedagem, alimentação, entretenimento, agenciamento, informações e outros serviços voltados para o atendimento aos turistas;

c) **infraestrutura de apoio turístico -** composta pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base que proporciona o deslocamento da atividade turística, tais como: o sistema de comunicação, transportes, serviços urbanos.

A relação de troca e de contato entre os fornecedores e consumidores pode ser dividida em seis etapas, a saber:

a) a relação entre os fornecedores e as empresas do setor, como por exemplo, o fornecedor de carnes e um restaurante de hotel;

b) a relação entre as operadoras turísticas e os hotéis, as empresas de transportes e outros serviços turísticos;

c) a relação entre as operadoras e as agências;

d) a relação entre as agências e os turistas;

e) a relação entre os turistas e as empresas da localidade receptora;

f) a relação direta entre a localidade receptora e as localidades emissoras.

Para Beni (1998), os mercados consistem em um sistema de informação, possibilitando a agentes econômicos, a produtores e consumidores a tomada de decisões **do que** produzir, **como** produzir e **para quem** produzir determinado produto ou serviço, a fim de que a sociedade alcance as três eficiências: **atributiva**, **produtiva** e **distributiva**.

De acordo com Balanzá e Nadal (2003, p.125), o mercado pode ser analisado sob três pontos de vista diferentes

a) **do ponto de vista econômico -** que aponta para a oferta e a demanda que coincidem, uma determinada quantidade de mercadoria disponível para compra/venda, em um momento determinado e a fixação de um preço;

b) **do ponto de vista físico -** quando se consideram aqueles lugares onde se realizam as compras/vendas, que podem ser fixos, como a bolsa de valores e o mercado central, ou não fixos, como as feiras e os congressos;

c) **do ponto de vista do marketing -** que inclui os dois pontos anteriores, enfatizando a importância dos bens e serviços, e, principalmente, das pessoas. O **marketing** estuda os mercados do ponto de vista dos consumidores, averiguando seus desejos e preferências para satisfazê-los e tratá-los com uma oferta determinada.

Dificilmente a concorrência do mercado turístico é perfeita, por basear-se fortemente em aspectos diferenciais, o que faz com que cada produto turístico se diferencie dos outros, visto que um serviço ou produto oferecido não é exatamente igual a outros, ainda que o seja em outra localidade (IGNARRA, 1999).

É fato que, na prática, a atividade turística no Brasil se restringe muito mais a uma minoria, a uma camada economicamente favorecida. Mas isso não

inviabiliza a realização de atividades do turismo por uma população menos favorecida, que não pode viajar. É possível, com um custo muito mais baixo, desenvolver a prática turística, que pode ser realizada próxima das residências, desde que o governo proporcione os espaços recreativos e equipamentos adequados para tal.

2.2 Turismo no Brasil

Conheça mais sobre o turismo em cada estado brasileiro. Acesse: http://www.embratur.gov.br/site/br/home/index.php

O turismo no Brasil se caracteriza por oferecer, além de recursos naturais exuberantes, um enorme acervo de bens culturais, materiais e imateriais aos turistas brasileiros e estrangeiros. A seguir, ilustramos alguns desses bens que o Brasil tem como mais uma de suas riquezas.

Figura 2.2: Herança arquitetônica colonial e arte popular
Fonte: http://picasaweb.google.com/garceztito - http://ericksdj.blogspot.com

Leia mais sobre os principais emissores de turistas para o Brasil –2005-2006. Acesse: http://www.brasilturismo.com/turismo/dadosdoturismo.php. Depois, monte um folder para divulgar os conhecimentos que você adquiriu. Poste-o no AVEA

Nesses últimos anos, o governo tem demonstrando uma preocupação maior em implantar políticas públicas para desenvolver o turismo brasileiro. São vários programas com o intuito não só de divulgar, mas expandir as atividades turístas ao alcance da sociedade brasileira, inclusive à população de poder aquisitivo baixo. Nesse sentido, procura-se reduzir o custo do deslocamento interno, desenvolver infraestrutura turística adequada e capacitar mão de obra para o setor, além de aumentar consideravelmente a divulgação do país no exterior.

O turismo interno, pela sua riqueza natural e cultural, apresenta uma gama de opções em atividades turísticas. Há em nosso país vários lugares para essas atividades, e entre estes os mais procurados são a Amazônia, o litoral e o Planalto Central. Além desses, temos outros tipos de atrativos, como: a arquitetura brasiliense, o turismo histórico em Minas Gerais, os ramos dos negócios em São Paulo, os atrativos dos pampas, o clima frio e a arquitetura germânica no sul do país.

Figura 2.3: Belezas do Rio Amazonas e do Distrito Federal
Fonte: http://www.flickr.com/photos/ecolombiatours - http://www.panoramio.com

Assista ao vídeo "Turismo brasileiro" acessando o *site*: http://www.youtube.com/watch?v=gUuENVCGcCo . Depois, faça um roteiro turístico dos pontos que você conhece em seu estado e poste-o no AVEA em forma de apresentação em *slides*.

A revista "Cultura e turismo" (2007, p. 19) escreve que os "municípios brasileiros elegeram recentemente o turismo cultural e ecoturismo como dois segmentos mais importantes para serem desenvolvidos em sua localidades". Todavia, destaca que se faz necessário "construir um produto turístico atraente, sustentável, e que tais recursos devem ser devidamente conservados e preparados para serem expostos ao público". Para que isso se concretize, existe a necessidade de aumentar a disponibilidade de profissionais competentes e criativos, predispostos a realizar um trabalho consistente voltado aos produto turísticos e à geração de empregos.

"A evolução da legislação turística brasileira: o início do direito do turismo". Acesse: http://www.ibcdtur.org.br/downloads/Evolu%E7%E3o%20da%20legisla%E7%E3o%20turistica%20no%20Brasil.pdf. Faça um apanhado dos principais pontos da lei e escreva um pequeno texto como se você fosse apresentar uma palestra radiofônica para jovens que desejassem conhecer a lei. Poste esse texto no AVEA. Crie um nome para a sua Rádio e um nome para o programa radiofônico.

É fato que o Brasil vem se desenvolvendo significativamente nas áreas de turismo, hotelaria, gastronomia e entretenimento em grande escala. Com esse crescimento, passa-se a tratar o turismo como assunto prioritário de Estado. O governo, então, cria Ministério do Turismo regulamentado pela Lei 10683/03, que em seu artigo 27, inciso XXIII define as competências do novo Ministério, a saber:

a) política nacional de desenvolvimento do turismo;

b) promoção e divulgação do turismo nacional, no país e no exterior;

c) estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas;

d) planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo;

e) gestão do Fundo Geral do Turismo;

f) desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Certificação e Classificação das atividades, empreendimentos e equipamentos dos prestadores de serviços turísticos.

Após quatro anos de existência, inegavelmente o turismo brasileiro deu um "salto de qualidade, que já coloca essa atividade econômica como uma das principais do País" (BRASIL, 2007/2010, p. 5).

2.2.1 Breve histórico do turismo no Brasil

Fazendo um breve histórico sobre o turismo no Brasil, enfatizamos como um marco importante a expedição de Von Humboldt, naturalista alemão que fez uma viagem por uma grande parte do território brasileiro com a intenção de pesquisar a flora e a fauna brasileira. No início do século XIX, a corte portuguesa chega ao Brasil e isso influencia no desenvolvimento urbano, na cidade do Rio de Janeiro. A demanda por hospedagem na cidade aumentou em decorrência da visita de diplomatas e comerciantes. Nesse período se desenvolve Petrópolis como primeira estância brasileira.

Figura 2.4: Cresce o setor hoteleiro no Brasil (Hotel da Amazônia)
Fonte: http://www.panoramio.com

Por intermédio da ação do Visconde de Mauá, na segunda metade do século XIX, desenvolvem-se os meios de transportes movidos a vapor. No ano de 1852, funda-se a Companhia de Navegação a Vapor do Amazonas, e, em 1858, inaugura-se o primeiro trecho ferroviário no Rio de Janeiro.

No decorrer dos anos, sucederam-se inúmeras inaugurações: em 1885, o trem para subir o Corcovado, sendo o primeiro atrativo turístico a receber uma infraestrutura; em 1908, o Hotel Avenida, no Rio de Janeiro, com 220 quartos, marcando o início da atividade hoteleira; em 1927, a empresa aérea *Lufthansa* cria no Brasil a *Condor Syndicat*, hoje denominada Varig, junto com a *Panair* do Brasil, ambas impulsionando o turismo interno e externo. Somente em 1968, o governo brasileiro elabora os primeiros instrumentos de regulamentação da atividade, com a criação do Conselho Nacional de Turismo (CNTur) e do Fundo Geral de Turismo, com o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR).

Conheça o portal do Ministério do Turismo. Acesse: http://www.turismo.gov.br/turismo/home.html

Chega, como se costuma dizer, a etapa da maturidade desse setor nos anos 1980, com a internacionalização marcante das empresas hoteleiras e operadores turísticos, na busca da maior fatia de mercado turístico, marcando o momento em que o turismo se introduz totalmente na economia dos países, tornando-se em muitos deles a mola impulsionadora da economia. Consequemente, os países e suas regiões terminam por aderir às práticas turísticas como complemento ideal para a economia local, levando até a uma inconsequente exploração dos atrativo turístico sem a preocupação em preservar, ao contrário, muitas vezes agredindo e desrespeitando os bens naturais e culturais de algumas regiões.

Faça um levantamento em sua cidade ou região sobre o tipo de exploração turística que nela se desenvolve. Analise se as propostas trazem respeito à natureza e ao meio ambiente. Caso isso não ocorra, elabore um relatório e aponte saídas para um tipo de turismo sustentável. Caso ainda não tenham sido implementadas atividades turísticas, crie um plano de modo que ele as apontem para o turismo sustentável.

Os inúmeros abusos e o desrespeito para com a natureza são fatos efetivados e que visivelmente afetaram o cenário do turismo brasileiro, quer relativos ao aspecto econômico, quer no que se possa compreender como marca cultural, quer no ambito político e social. Mas o ponto positivo é que a atividade turística no Brasil tem crescido e reflete a consolidação de ações em prol de um modo mais harmônico de fazer turismo e estar em harmonia com o meio ambiente e tudo o que com ele se relaciona.

2.3 Turismo internacional

Surgem no setor do turismo internacional novos cenários, novas tendências, pois o ambiente mundial sinaliza para enfoques sociais, culturais, tecnológicos, ecológicos, econômicos e institucionais inusitados para a atividade turística, distanciando o "turismo velho", de um novo modo de fazer turismo. A visão tradicional, que compreendia essa atividade apenas como um modo de geração de renda e de emprego ou mesmo com um sentido mercadológico da oferta e procura, dá lugar a um "novo turismo", caracterizado pela flexibilidade, voltado para o processo de formação do valor turístico, em que predominam as interações sociais com o meio ambiente.

Figura 2.5: Rio Amazonas ao pôr do sol e Palácio das Armas, em Recife
Fonte: http://www.flickr.com/photos/ecolombiatours - http://www.panoramio.com

A partir de 1950, o turismo internacional vem se desenvolvendo de forma intensa. Foi naquela década que se começou a falar de "*boom*" turístico. Esse desenvolvimento é decorrente da nova ordem internacional, da estabilidade social e do desenvolvimento da cultura do ócio no mundo ocidental.

Nos anos 1980, o turismo ganha mais "fôlego", torna-se motor impulsionador da economia de muitos países. Esse ânimo aconteceu em decorrência do avanço das tecnologias utilizadas nos meios de transportes em novos e melhores aviões da *Boeing* e da *Airbus*, trens de alta velocidade e a consolidação dos novos *charters*.

Figura 2.6: Diversificação dos meios de transporte
Fonte: http://www.panoramio.com

Com a competitividade do mercado, as companhias regulares se sentem obrigadas a criar suas próprias filiares de *charter*.

Na década de 1990, ressaltam-se marcantes acontecimentos políticos, econômicos e sociais contributivos ao desenvolvimento do turismo, como: a queda do regime comunista e as alterações no Leste da Europa e na ex-

-União Soviética; a Guerra do Golfo; a guerra e desintegração da Iugoslávia; o ressurgimento do fundamentalismo islâmico em países turísticos como a Argélia, Marrocos, Egito. Foi um período de amadurecimento para setor turístico.

A *Euromonitor* classificou as 150 cidades mais visitadas pelos turistas internacionais no mundo durante 2006. Em 2007, a Revista *Forbes* realizou uma pesquisa para classificar as 50 maiores atrações turísticas do mundo; considerou, para isso, os turistas internacionais e domésticos. Em 2008, apresentou os dez maiores destinos do turismo internacional.

Leia sobre os dez maiores destinos do turismo internacional em 2008. Acesse: http://turismocriativo.blogspot.com/2010/02/os-principais-destinos-no-mundo.html
Em seguida produza uma apresentaçao em slides sobre o tema estudado e poste-a no AVEA.

2.4 O turismo e as sociedades contemporâneas

Ainda são escassos os estudos voltados para a área do turismo, especificamente sobre a interação entre essa área e outras disciplinas de ciências humanas. São muito mais comuns os estudos detalhados sobre lazer e educação física. E os que se dispõem a abordar esse fenômeno, direcionam-se muito mais a outras áreas, como: administração de empresas ou economia, geografia ou sociologia do lazer, quando não, apresentando textos muito técnicos e superficiais (TRIGO, 1993, p. 59).

De forma alguma podemos deixar de compreender a importância do fenômeno turístico e sua influência econômica, política e cultural no mundo globalizado. Em muitos países o turismo tornou-se uma atividade de destaque, pois movimenta bilhões de dólares por ano e atinge centenas de milhões de pessoas.

Na sequência, a título de informação, apresentamos, conforme Trigo (1993), alguns períodos, para se verificar a importância dos ciclos e a velocidade do processo:

a) 1900 – 1914: nesse período, houve um crescimento tímido, que foi interrompido de forma brusca pela Primeira Guerra Mundial (1914/1918). Não há estatísticas precisas sobre o turismo dessa época;

b) 1919 – 1929: período em que ocorreu uma onda ascendente, até que o turismo alcançou o pico em 1919. Inicio o turismo de massa. Na suíça, em 1919, mais de 2 milhões de visitantes usufruíram da hospitalidade helvética. Na Alemanha, esse período foi denominado de 'República de Weimar' com muitas atividades culturais que atraiu muitos jovens do

restante da Europa pela efêmera efervescência germânica. A República de Weimar findou em 1933, quando da ascensão de Hitler ao poder. Em 1929, houve a queda repentina das ações das Bolsas de Valores de Nova Iorque, ocasionando uma profunda crise que se espalhou pelo mundo capitalista. O turismo também foi atingido e em 1932 sofreu graves consequências em razão da crise;

c) 1933 – 1939: ascensão do Turismo até 1937. Esse fortalecimento na Europa não atingiu a Espanha por causa da Guerra Civil. Em 1939, novamente o decréscimo das correntes turísticas;

d) 1939 – 1949: no período da segunda guerra, houve uma paralisação total do Turismo internacional e nacional;

e) 1949 – 1958: nessa época, o Turismo novamente ascendeu e tornou-se gradativamente um fenômeno cada vez mais importante para o desenvolvimento econômico dos países, principalmente os mais desenvolvidos.

Ainda para uma visualização do crescimento do turismo internacional, a partir de 1950 a 2000, Trigo (1993, p. 63), apoiado em dados da Organização Mundial de Turismo, apresenta a Tabela 2.1:

Tabela 2.1: Crescimento do turismo internacional (1950 – 2000)

Ano	Turismo (milhões)	Receita (US$ bilhões)
0	20	-
1953	23	-
1959	63	-
1960	69,3	6,9
1963	96	-
1964	110	-
1965	112,7	11,6
1970	159,7	17,9
1975	214,4	40,7
1980	284,8	102,4
1985	322,7	116,2
1990	425	230
1995	641	444 (estimativa)
2000	956	844 (estimativa)

Fonte: Trigo (1993, p. 63), apoiado em dados da Organização Mundial de Turismo

Agora, fundamentados no Anuário Estatístico da Embratur, ano de 2006, apresentamos dados de turistas e receita cambial do turismo internacional no mundo – 1996 – 2005.

Tabela 2.2: Dados gerais do turismo mundial - Chegada de turistas e receita cambial do turismo internacional no mundo (1996-2005)

Ano	Chegada de turistas internacionais			Receitas		
	Milhões de turistas	Índice base: 1996=100	Variação anual (%)	US$ bilhões	Índice base: 1996=100	Variação anual (%)
1996	596,5	100	-	435,6	100	-
1997	610,8	102	2,40	436,0	100	0,09
1998	626,6	105	2,59	442,5	102	1,49
1999	650,2	109	3,77	455,0	104	2,82
2000	689,2	116	6,00	482,9	111	6,13
2001	688,5	115	(0,10)	471,6	108	(2,34)
2002	708,9	119	2,96	486,9	112	3,24
2003	696,6	117	(1,74)	532,8	122	9,43
2004	765,5	128	9,89	632,7	145	18,75
2005	808,4	136	5,60	681,5	156	7,71

Fonte: Organização Mundial do Turismo – OMT
Notas: Dados de 2001 a 2004 revisados
Dados de 2005 são estimados

Segundo a Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo, Nota: Dados de 2007 revisados (apud ANUÁRIO ESTATÍSTICO DO TURISMO - 2009, p. 136) referente a chegadas de turistas ao Brasil, em 2006, houve o seguinte número 5.017.251, em 2007, foi de 5.025.834 e 2008, 5.050.099.

Em 2008, na primeira metade do ano, o cenário foi de crescimento, já no segundo semestre, houve decréscimo em decorrência a crise financeira internacional que atingiu a economia global em meados de 2008. Além do cenário de incerteza econômica, o surto de gripe H1N1 também contribui para o arrefecimento da demandada por turismo em algumas regiões do mundo, segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT) (apud Jornal de Turismo, 2010).

Esses foram fatos que marcaram a evolução do Turismo mundial.

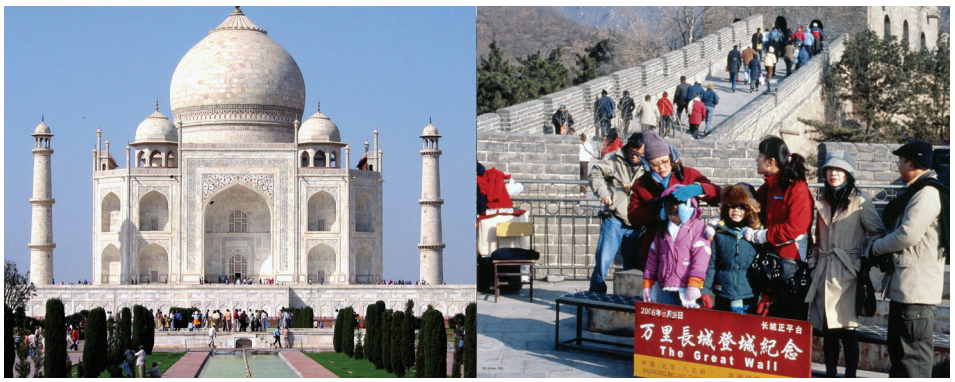

Figura 2.7: Turismo internacional: Índia e China
Fonte: http://www.scarletantenna.com - http://www.mjwhitederm.com

O que tem sido foco de muitas discussões atualmente é o turismo sustentável como um meio de gerenciar atividades que propiciem atender, concomitantemente, às necessidades dos turistas e das regiões receptoras, satisfazendo também as necessidades econômicas, sociais e ambientais.

Resumo

Nesta aula você aprendeu sobre o mercado turístico, o que caracteriza o turismo no Brasil, um breve histórico sobre essa atividade turística e o ambiente mundial, que navegaram para um novo rumo caracterizado pela flexibilidade, em que predominam as interações sociais. Pôde perceber também que os estudos são escassos na área do turismo, especificamente sobre a interação entre essa área e outras disciplinas de ciências humanas.

Atividades de aprendizagem

1) Baseado no que foi dito sobre turismo no Brasil e no exterior, faça um comentário sobre "a importância do turismo para a empregabilidade dos profissionais brasileiros nessa área" e o deposite no fórum destinado a esse assunto, no AVEA.

2) O site do Brasil Turismo mostra os principais Emissores de Turistas para o Brasil – 2005/2006 que foram bem significativos. Considerando isso, o que você proporia para que o turismo continuasse em alta no Brasil? Poste no AVEA.

3) O turismo, em muitos países, tornou-se uma atividade de destaque, pois movimenta bilhões de dólares por ano e atinge centenas de milhões de pessoas. Para você, como podemos aliar essa atividade sem agredir o meio ambiente e a sustentabilidade? Poste no AVEA.

Aula 3 – Política de turismo

Objetivos

Diferenciar conceito de política e política pública.

Conhecer como ocorreu a evolução política do turismo no Brasil.

Compreender que o turismo é uma fonte poderosa para o crescimento socioeconômico da localidade.

3.1 Conceito de política e política pública

O dicionário Ferreira (2004) apresenta várias definições para o termo política. Fiquemos com três dessas significações por entender serem muito mais pertinentes aos objetivos aos quais se propõe esta seção. Primeira: "sistema de regras respeitantes à direção dos negócios públicos"; segunda: "arte de bem governar os povos"; e terceira:, "conjunto de objetivos que informam determinado programa de ação governamental e condicionam a sua execução".

Apesar das diferenças, essas definições, na sua essência, apresentam pontos comuns: planejar ações em prol da sociedade, até mesmo a possibilidade de contribuir para o desenvolvimento local, quiçá numa perspectiva sustentável.

Referente a políticas públicas, é importante salientar que não existe consenso sobre o seu conceito, nem mesmo entre especialistas e políticos, ainda que essa temática tenha se tornado ultimamente o centro de debates. O que existe é um conceito, uma definição vaga. Parece-nos um contrassenso, mas por quê? Pelo fato de que esse tema ainda é novo para a sociedade brasileira e, como tal, é natural apresentar divergências.

É importante que se conheça melhor o que os autores têm apresentado em relação a essa temática. Evidenciamos algumas concepções de estudiosos que vêm se voltando para esse campo. Mas antes explicitaremos que o termo Política Pública (PP) origina-se do inglês "*public policy*". Nesse idioma há palavras distintas para indicar o que se entende por política. Vejamos: a palavra "*policy*" se relaciona com iniciativas governamentais, diretrizes, ações,

planos e interesses sociais. A palavra "*politics*" refere-se à política partidária, políticos, interesses partidários e interesses particulares. Em português, os termos *policy* ou *policies* e os termos *politic* ou *politics* são traduzidos pelo termo política ou políticas.

Chegamos a uma definição mais detalhada em relação à política de turismo, quando Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002 apud DIAS, 2003, p. 121) afirmam que é:

> Um conjunto de regulamentação, regras, diretrizes, diretivos, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece uma estrutura na qual são tomadas as decisões coletivas e individuais que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias dentro de uma destinação.

Esses autores ainda apresentam, em termos mais específicos, a política de turismo e, também, de um ponto vista mais geral, o que uma política de turismo formal para determinada destinação aborda em nível nacional.

Primeiramente falemos em termos específicos que a política de turismo cumpre as seguintes funções:

a) define as regras do jogo, ou seja, os termos nos quais as operações turísticas devem funcionar;

b) estabelece atividades e comportamentos aceitáveis;

c) fornece uma direção comum e orientação para todos os interessados no turismo em uma destinação;

d) facilita o consenso em torno de estratégias e objetivos específicos para uma destinação;

e) fornece uma estrutura para discussões públicas e privadas sobre o papel e as contribuições do setor turístico para a economia e para a sociedade em geral;

f) permite que o turismo estabeleça interfaces com outros setores da economia de forma mais eficaz.

Em nível nacional, uma política de turismo tratará de áreas, como:

a) os papéis do turismo dentro do desenvolvimento socioeconômico geral da destinação;

b) o tipo de destinação que irá cumprir de forma mais eficaz as funções desejadas;

c) taxação – tipos e níveis;

d) financiamento do setor turístico – fontes e prazos;

e) natureza e direção do desenvolvimento e manutenção do produto;

f) acesso e infraestrutura de transportes;

g) práticas regulamentadoras (como companhias aéreas e agências de turismo);

h) práticas e restrições ambientais;

i) imagem e credibilidade do setor;

j) relacionamentos na comunidade;

k) oferta de recursos humanos e mão de obra;

l) legislação sindical e trabalhista;

m) tecnologia;

n) práticas de *marketing*;

o) funcionamento do turismo estrangeiro.

A política de turismo compreende um conjunto de ações que visam atingir determinado fim e, em última instância, deve beneficiar a todos; por isso, independentemente de nível, ela deve ser estruturada baseando-se em três fatores condicionantes: o cultural, o social e o econômico.

Discuta no fórum do AVEA sobre as medidas que o governo brasileiro vem tomando em relação às políticas de turismo interno, que têm contribuído para tornar o Brasil mais conhecido no exterior e no próprio país. Monte uma apresentação em forma de *slides* com textos, imagens e música brasileira, e depois poste-a no AVEA.

Não há como desvincular homem e política de turismo, visto que os efeitos dessa política envolvem diretamente esse homem; por isso, é importante a participação da sociedade na elaboração de políticas públicas. Nesse sentido, é interessante mencionar que hoje se tem uma interpretação do significado de "público" abarcando não só a participação do governo, mas também da sociedade, quando se trata da elaboração, implementação e avaliação das políticas públicas.

As políticas de turismo devem ser pensadas considerando o envolvimento de vários agentes de interação nesse processo de elaboração, devendo ser uma construção coletiva, visto que envolve o homem, que envolve também os aspectos cultural, social, econômico e ambiental.

3.2 Breve histórico sobre a política do turismo no Brasil

Foi na década de 1930 que o Estado começou a perceber a importância das atividades turísticas. Nesse período, ele vivencia a maior intervenção na economia. Nessa mesma época, promulgou-se o Decreto-lei nº 406, de 4 de maio de 1938, que prevê a necessidade de "autorização governamental para a atividade de venda de passagens para viagens aéreas, marítimas ou rodoviárias". Ainda nesse período, cria-se a Divisão de Turismo através do Decreto-lei nº 1.915, de 27 de dezembro de 1939, que traz como principal atribuição "superintender, organizar e fiscalizar os serviços de turismo interno e externo".

Em 1940, edita-se o Decreto-Lei 2.440/40 que é dedicado exclusivamente às empresas e agências de viagens e turismo, como estabelecimento de assistências remuneradas aos viajantes, devendo ter registro prévio junto a órgãos do governo para o pleno funcionamento, bem como a prévia autorização para as viagens coletivas de excursão.

Leia sobre histórico do direito do turismo brasileiro. Acesse: http://www.ibcdtur.org.br/downloads/Evolu%E7%E3o%20da%20legisla%E7%E3o%20turistica%20no%20Brasil.pdf Depois de colher informações, faça uma síntese e deposite no fórum da disciplina.

Nas décadas seguintes, de 1950-1990, o governo foi promulgando leis voltadas ao turismo. Cria órgãos que têm atribuições com intuito de organizar, melhorar e estimular a atividade turística no Brasil, como o Decreto 44.863/58 de 1958, que constitui a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR). Em 1966, o Decreto-lei 55/66 implantou o Sistema Nacional de Turismo, criou o Conselho Nacional do Turismo (CNTur), a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) e outros. Destacamos que em 1993 a Lei 8.623/93 criou a profissão de Guia de Turismo e, no mesmo ano, o Decreto 946 a

regulamentou. Em 1994, com a Portaria Ministerial de 20 de abril, criou-se um Grupo de Trabalho composto pelos Ministérios da Indústria, do Comércio e do Turismo e do Meio Ambiente e da Amazônia Legal, integrado por representantes do IBAMA e da EMBRATUR, com o intuito de desenvolver e propor uma Política e um Programa Nacional de Ecoturismo e, resultante disso, têm-se as "Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo". Entre os vários assuntos postos nesse documento, de acordo com Dias (2003, p. 135), destacamos as ações voltadas para alcançar os objetivos básicos da política de ecoturismo, a saber:

a) regulamentação do ecoturismo;

b) fortalecimento e interação interinstitucional;

c) formação e capacitação de recursos humanos;

d) controle de qualidade do produto turístico;

e) incentivo ao desenvolvimento do ecoturismo;

f) implantação e adequação de infraestrutura;

g) conscientização e informação do turismo;

h) participação comunitária.

Lança-se em 1996 o "Plano Nacional de Turismo: diretrizes e programas – 1996/1999" que cabe ao Estado executar através do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo, via EMBRATUR, pelo Sistema Oficial de Turismo e pela iniciativa privada. Por meio da Câmara Setorial de Turismo, objetivava promover e incrementar o turismo como fonte de renda, geração de empregos e desenvolvimento socioeconômico do país (BRASIL, 1996).

Conheça sobre o Plano Nacional do Turismo 2003-2007. Acesse: http://www.lib.utexas.edu/benson/lagovdocs/brazil/federal/turismo/turplanoNacionalPortugues2003-2007.pdf

Compreendendo que o turismo é uma fonte poderosa para o crescimento socioeconômico, o Brasil vem construindo efetivamente planos visando ao desenvolvimento turístico nacional. Para isso, o Ministério de Turismo, órgão da administração direta, elaborou o "Plano Nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2003-2007", um novo modelo de gestão, descentralizada e participativa, que tem como intuito "explicitar o pensamento do governo e do setor produtivo e orientar as ações necessárias para consolidar o desen-

volvimento do setor do Turismo" (BRASIL, 2003, p. 15). Dando continuidade às ações desenvolvidas pelo Ministério, mais tarde elaborou-se o "Plano Nacional de Turismo 2007/2010", considerado como "instrumento de planejamento e gestão que coloca o Turismo como indutor do desenvolvimento e da geração de emprego e renda no País" (BRASIL, 2007-2010, p. 11).

Plano Nacional 2007/2010: uma viagem de inclusão. Acesse: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/PNT_2007_2010.pdf

De acordo com o Plano Nacional de Turismo, destaca-se entre as contribuições mais expressivas decorrentes do desenvolvimento do turismo no quadriênio 2007/2010 a geração de US$ 25,3 bilhões em divisas e a criação de 1,7 milhões de novos empregos e ocupações, de acordo com as metas traçadas nesse documento.

Essa atividade encontra-se atualmente como quinto principal produto em relação à geração de divisas e vem disputando a quarta posição com a exportação de automóveis. Até agora, esse cenário nos aponta um futuro promissor.

3.3 A economia do turismo: atividades turísticas e atividades humanas

A economia do turismo fundamenta-se na Teoria Econômica Geral, que trata da Macroeconomia e da Microeconomia. A primeira estuda as atividades humanas interligadas às atividades turísticas das regiões e países; a segunda estuda as atividades humanas individuais, de pequenos grupos, com base no consumo, preços e fatores de produção.

Montejano (2001) divide a atividade econômica em três setores. São eles:

a) **setor primário -** conjunto de atividades relacionadas com a agricultura, criação de gado, mineração e pesca;

b) **setor secundário -** conjunto de atividades econômicas relacionadas com o setor industrial, como as empresas industriais de produção;

c) **setor terciário -** conjunto de atividades econômicas relacionadas com a prestação de serviços para setores secundários e primários, da qual fazem parte os hotéis, agências, operadoras turísticas, restaurantes, bancos, hospitais, comércios em geral, transporte, seguros entre outros. O turismo está englobado no setor terciário, que compreende as empresas que se dedicam à prestação de serviços.

O turismo é um setor que utiliza de forma intensiva o fator trabalho. É um gerador de novos postos de trabalho e tem como componente de serviços pessoais: garçons, recepcionistas, camareiras e guias. Ainda em casos menos favoráveis, o turismo pode situar-se em dois níveis:

a) **tarefas manuais -** garçons, cozinheiros, *barman*, carregadores, camareiras, etc.;

b) **tarefas administrativas -** recepcionistas, agentes de viagem, guias, etc.

O turismo tem seu regime político baseado em uma constituição e em uma série de disposições legais que dizem respeito à promoção e controle da atividade turística pelo Estado e pelos seus respectivos governos e demais órgãos e entidades públicas e privadas. Portanto, o turismo está regulamentado tanto pelo direito público como pelo direito privado.

Vejamos as normas legais aplicadas ao turismo (MONTEJANO, 2001):

a) **Direito político -** o estabelecimento de incumbência da administração pública;

b) **Direito internacional -** o estabelecimento de acordos e tratados que são assinados pelos estados de forma bilateral ou multilateral em matéria de turismo; organismos internacionais de turismo;

c) **Direito trabalhista -** a normativa que regula as relações trabalhistas dos profissionais do setor do turismo;

d) **Direito civil -** o estabelecimento de contratos de prestação de serviços, hospedagem, transporte, os direitos de nacionalidade;

e) **Direito administrativo -** as disposições e procedimentos legais que estabelecem as normativas de constituição das empresas e atividades turísticas;

f) **Direito mercantil -** o estabelecimento das normas no que diz respeito à constituição mercantil das empresas turísticas, bem como suas relações mercantis;

g) **Direito fiscal -** o estabelecimento legal das normas sobre os impostos e taxas que_afetam as empresas e as pessoas que intervêm na atividade turística, como os impostos e taxas sobre produtos e serviços.

Para contabilizar a oferta e a demanda turística – determinar o número de hospedagens e seus índices de ocupação e contabilizar o número de turistas que visitam determinada localidade – entra em cena a Estatística como ferramenta fundamental na análise da informação disponível e, com isso, a obtenção de resultados relevantes do cenário turístico. Outro ponto é o estudo do comportamento do indivíduo. É através do conhecimento das necessidades do turista, do conjunto de motivações e necessidades que o ser humano tem para satisfazer seu tempo livre ou tempo dedicado ao lazer, às férias e às atividades turísticas, que se possibilita realizar ações para atender aos desejos e anseios do indivíduo ou mesmo de grupos de indivíduos. É esse tipo de informação que torna possível a elaboração de roteiros e de ações turísticas para corresponder às expectativas de quem busca essa atividade.

O homem é produto da cultura, inserido num grupo social. É mais um elemento da sociedade permeado por diferentes hábitos, costumes, valores, visões que vão se modificando em consonância com as transformações no mundo, mundo do trabalho, mundo da cultura, resultantes de um processo histórico, até porque a dinamicidade faz parte desse cenário.

Figura 3.1: Boi-Bumbá (Parintins/Amazonas)
Fonte: www.tuaregviatges.es - Ricardo Stuckert/PR - Agência Brasil

Os governos locais têm investido em infraestrutura básica e turística, para motivar a atração de investimentos externos, como a indústria hoteleira, de alimentos e bebidas, e entretenimento, em especial. Dinamiza-se com isso o mercado formal e o informal, pois para cada emprego direto gerado pela atividade turística são criados em média outros 13 indiretos, visto que essa atividade apresenta um grande potencial dinamizador de bens e serviços.

Na medida em que o poder local investe no turismo, contribui, de modo geral, para a melhoria da qualidade de vida de seus habitantes, pois cabe ao Estado proporcionar ao homem melhores condições de vida. Nisso estão inclusos o lazer e a ocupação do tempo livre. Praticamente tudo o que se cria visa a atender aos turistas e aos habitantes locais.

De fato, o turismo como atividade prioritariamente econômica vem conquistando um grande espaço e assumindo um papel decisivo como impulsionador do desenvolvimento em qualquer nível da sociedade civil.

Resumo

Nesta aula você aprendeu sobre o conceito de política e política pública, a evolução da política do turismo no Brasil e o turismo como um fator de desenvolvimento social e econômico, gerador de divisas, de empregos e distribuidor de renda.

Atividades de aprendizagem

1) Considerando o exposto nesta aula, posicione-se sobre o papel do turismo como um fator de desenvolvimento social e econômico, gerador de divisas, de empregos e distribuidor de renda. Poste no AVEA.

2) Embora o turismo seja impulsionado para o desenvolvimento da sociedade, por outro lado, ele também apresenta impactos considerados negativos, como: o aumento do custo de vida e a tendência a mercantilizar o lazer. Poste no AVEA o seu posicionamento em relação a essa questão.

3) Visite alguns pontos turísticos de sua cidade e comente sobre isso no fórum destinado ao tema no AVEA. Encaminhe pelo AVEA.

Aula 4 – Planejamento turístico e estrutura de um plano de desenvolvimento turístico: conceitos básicos

Objetivos

Compreender a importância de um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico para a comunidade.

Identificar os elementos fundamentais que compõem um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico.

Ser capaz de elaborar um Plano Municipal de Desenvolvimento Turístico.

4.1 Planejando o turismo

É fato que o planejamento é uma ferramenta importante para tornar o segmento turístico um fator decisivo no desenvolvimento dos âmbitos local, regional e nacional. Planeja-se para assegurar futuramente resultados significativos, à proporção que se conhece o presente e sua evolução, criando, com isso, condições para se alcançar metas ambiciosas.

Embora se possa elaborar planos locais independentes, nesse âmbito do planejamento turístico é adequado existir a articulação entre os níveis estaduais e nacionais de desenvolvimento turístico. Nesse sentido, ter a clareza do papel de cada órgão do aparelho estatal nos três níveis de organização do Estado: federal, estadual e municipal contribui favoravelmente para que se possa atingir o desenvolvimento máximo do espaço explorado.

Quando da organização turística de uma região, devemos acompanhar o desenvolvimento das ações, levando em conta três campos de ação, como explicita Oliveira (2001):

a) **de decisões -** trata da reunião de todas as decisões dos setores públicos e privados acerca das ações que serão concretizadas a fim de se criarem atrativos locais;

b) **de planejamento -** trata de acompanhar as ações, propor modificações, orientar os investidores, cuidar da manutenção das decisões tomadas, e ainda evitar desvios de objetivos. É uma linha mestra que servirá para manter o equilíbrio entre as duas linhas externas, para que se tenham recursos financeiros e técnicos necessários;

c) **de recursos financeiros e técnicos -** trata da obtenção e aplicação dos recursos financeiros e técnicos que serão usados para implantar e permitir a manutenção das atividades turísticas na localidade. Esse setor precisa estar dotado dos recursos financeiros e técnicos para que se tenha êxito nos projetos existentes e futuros.

De acordo com Ruschmann (2001, p. 9), o objetivo do planejamento turístico consiste em:

> Ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade.

Assista ao vídeo: "Turismo responsável". Acesse: http://www.youtube.com/watch?v=pJHBzGip6fQ&feature=related.
Teça um comentário sobre o vídeo escrevendo o texto no gênero jornalístico, de modo que convoque todos a apoiar esse tipo de turismo. Publique esse texto em um blog ou no fórum do AVEA

Com o constante crescimento do turismo em todo o mundo, o qual mobiliza milhões de pessoas, gera grandes impactos econômicos, socioculturais e ambientais nas comunidades receptoras, fica inviável o sucesso de um projeto sem um planejamento baseado em premissas de sustentabilidade voltadas para os espaços locais. Por isso o planejamento do turismo deve ter caráter integral, não setorial, baseado em critérios gerais do desenvolvimento sustentável.

Para Oliveira (2001), o turismo sustentável é o desenvolvimento racional do turismo sem destruir o meio ambiente e sem comprometer a sobrevivência de gerações futuras. Esse tipo de turismo deve prezar a integridade cultural e ecológica, mas também é preciso políticas sérias com base em trocas complexas em nível social, econômico e ambiental. Exige-se para tal uma visão mais ampla nas políticas e práticas locais. Considerando esse ponto, o referido autor apresenta princípios que o organizador local pode utilizar:

a) o planejamento, desenvolvimento e operação do turismo devem ser parte de estratégias de conservação ou desenvolvimento sustentável para uma região, estado ou nação;

b) o planejamento e a operação do turismo devem ser inter-setoriais e integrados, envolvendo várias organizações governamentais, empresas privadas, grupos de cidadãos e indivíduos, permitindo, desse modo, obter o maior número possível de benefícios;

c) as organizações, empresas, grupos e indivíduos devem seguir princípios éticos e outros que respeitem a cultura e o ambiente da área anfitriã, o modo de vida, as tradições e os padrões de liderança;

d) o turismo deve ser planejado e gerido de uma forma sustentável, tendo em conta a proteção adequada do ambiente natural e humano das áreas anfitriãs;

e) o turismo deve ser levado a cabo com equidade, tendo em vista a justa distribuição dos benefícios e custos pelos seus promotores;

f) no interesse individual e coletivo devem estar disponíveis, antes e durante o processo de desenvolvimento, informações detalhadas, pesquisas e comunicados sobre a natureza do turismo e os seus efeitos sobre o ambiente humano e cultural, particularmente para as pessoas, de modo que possam participar e exercer a maior influência possível sobre o desenvolvimento e seus efeitos;

g) é necessário incentivar a população local no sentido de assumir cargos de liderança no planejamento e desenvolvimento, com a ajuda do governo, empresas, instituições financeiras e outros;

h) antes de dar início a qualquer projeto principal, devem ser efetuadas análises de planejamento econômico, social e ambiental, dando uma especial atenção a diversos tipos de desenvolvimento do turismo e à maneira como estes podem se relacionar com as práticas atuais, formas de vida e questões ambientais;

i) durante todas as fases do desenvolvimento e operação do turismo, deve ser levado a sério um programa de avaliação, supervisão e medição cuidadoso de modo a permitir à população local tirar partido das oportunidades ou adaptar-se às alterações.

É bem verdade que muitos profissionais da área do turismo não se sentem responsáveis pela destruição causada ao meio ambiente, pois a maioria está tão envolvida na venda de produtos que termina por conceber que já responde por altos custos promocionais.

Dada a sua importância, é preciso que a atividade turística e o meio ambiente encontrem um ponto de equilíbrio para o desenvolvimento ordenado dessa atividade; daí a necessidade do planejamento do turismo como ferramenta para se atingir a sustentabilidade econômica, sociocultural e ambiental.

Discuta no fórum do AVEA: Qual seu posicionamento referente ao turismo sustentável?

Não se deve conceber o turismo nos espaços naturais como modismo. Ele é muito mais do que isso; é a sobrevivência do ser humano e a preservação do planeta que estão em pauta.

Leia mais em http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/embratur/ e em http://www.universia.com.br/images/docs/conselhomunicipadeturismo.pdf

Figura 4.1: Encontro das águas do Rio Negro e Solimões (Amazonas) e pôr do sol em Alter do Chão (Pará)
Fonte: http://commons.wikimedia.org/ - http://travel.webshots.com/

4.2 Participação da atividade turística - uma visão crítica

Nova era, nova geração, nova visão, agora a atividade turística apresenta-se de uma forma nova, permite a participação de diversos atores sociais e setores no processo de planejar, ainda que muitos deles não tenham ligação direta com a área a ser planejada.

Segundo Dias (2003, p.112), "o planejamento participativo pode ser considerado como um dos grandes 'mitos' de todo e qualquer planejamento". Acrescenta ainda que, muitas vezes, o termo é utilizado para justificar o autoritarismo em nome do envolvimento popular. Que se faz necessária a participação popular no planejamento, isso é verdade; entretanto, o problema já começa em como envolver a comunidade nesse processo.

Quando se trata do ato de planejar uma cidade, uma região ou mesmo um segmento da economia, até é possível a participação direta dos envolvidos no planejamento; mas quando se trata do planejamento do desenvolvimento de um país, isso é bem mais complicado. Como Dias (2003, p. 113) afirma, seria "uma profunda demagogia querer incorporar as massas, diretamente, no debate do conteúdo de planejamento". Ainda evidencia a existência de mecanismos institucionais que podem possibilitar a participação da massa via representantes no parlamento, organizações representativas da comunidade, organizações não governamentais e até os partidos políticos.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 dispõe sobre a participação da massa através de mecanismos de democracia direta, como o referendo e o plebiscito, que podem ser usados em vários níveis de planejamento. Esse tipo de medida tem relação com o papel do indivíduo como cidadão participativo da sociedade. Assim como tem deveres, ele também tem direitos, e entre esses direitos está o de favorecer-se de todos os benefícios e vantagens proporcionados pelo turismo.

Ressaltemos que a participação popular por si só não resolverá o problema da ineficácia de um plano. Há uma precondição para que esse envolvimento seja efetivo: que se tenha uma administração pública justa e ativa, engajada em projetos e programas direcionados à melhoria da qualidade de vida dos moradores do local turístico, ou seja, visando realmente ao bem-estar dos cidadãos.

É importante destacar também o papel da comunidade na atividade turística. Ela é parte integrante do produto turístico, deve desempenhar seu papel como um membro consciente que compõe a paisagem local. Caso não haja essa postura, a atividade turística corre sério risco de ficar comprometida, sem resultados positivos para a comunidade local.

Não se deve elaborar o planejamento de uma cidade turística da mesma forma que se realizaria em cidades voltadas para o desenvolvimento da atividade industrial tradicional, onde os distritos industriais ficam distante das cidades. Ao contrário, o turismo deve ser concebido como parte integrante da cidade e que a transforma em um espaço a ser consumido.

Dessa forma, é importante considerar uma série de fatores que influenciam no desenvolvimento turístico, começando pela infraestrutura da localidade, passando para a qualidade de hospedagem, de consumo, de divertimento, de rica gastronomia, de conservação de seu acervo cultural e da ocupação do tempo livre dos turistas.

A participação da comunidade nas tomadas de decisões e na gestão do turismo é essencial para que o planejamento turístico funcione. Também é necessária a conscientização geral da comunidade de que, ao se transformar em atração turística, inicia-se uma viagem na qual, dada a partida, não se poderá parar as ações, sob pena de a atividade turística ficar seriamente comprometida, ocasionando grandes prejuízos àqueles que acreditaram e investiram nessa atividade.

É fato que o crescimento turístico não prescinde de planejamento. É preciso planejar para assegurar o êxito da exploração turística, visto que é uma "atividade que envolve a intenção de estabelecer condições favoráveis para alcançar objetivos propostos" (RUSCHMANN, 2001, p. 83).

4.3 Estrutura de um plano municipal de desenvolvimento turístico

Não existe um único formato para um Plano Municipal de Turismo; isso depende das características do local e da equipe. Essa equipe deve ser preferencialmente multidisciplinar, pois com profissionais de áreas diversas a possibilidade de visão global fica melhor; por isso, é recomendável contar-se com profissionais das áreas de turismo, economistas, sociólogos, antropólogos, biólogos, geógrafos, etc.

É verdade também que às vezes há profissionais que têm formação holística e são capazes de intervir em mais de uma área; entretanto, é visível que o planejamento elaborado por profissionais de uma única área tende a ser falho, pois a "atividade é bastante ampla, não existindo nenhuma atividade profissional que consiga compreendê-la toda" (DIAS, 2001, p.207).

Um modelo elaborado sempre trará característica de quem o construiu; por isso, não podemos ser taxativos no que tange ao modelo de Plano Municipal de Turismo como definitivo, mas existem sugestões de estrutura que podem contribuir para a elaboração de um plano turístico. Vejamos, grosso modo, os elementos essenciais na elaboração de um Plano Municipal de Turismo, conforme Dias (2001, p.2008-213):

a) **Diagnóstico -** considerado o primeiro passo, é a base para qualquer plano, programa ou projeto;

b) **Prognóstico -** rumo que será tomado pelo desenvolvimento turístico;

c) **Propostas -** discussões, avaliações dos caminhos possíveis e ações realizadas;

d) **Implantação do plano municipal de desenvolvimento turístico -** fase de implantação;

e) **Avaliação contínua -** última etapa do processo.

O planejamento não é inflexível, pois depende das particularidades do local, como também da percepção da equipe que irá elaborá-lo, pode ter um número maior ou menor de etapas; contudo, existem elementos que são considerados essenciais:

a) diagnóstico participativo e prognóstico do setor turístico;

b) definição participativa de uma imagem-objetivo para o turismo da localidade;

c) identificação participativa dos objetivos para o desenvolvimento do turismo na comunidade;

d) formulação de uma estratégia de desenvolvimento para o turismo na comunidade;

e) preparação de programas e projetos do Plano de Desenvolvimento Turístico;

f) identificação de fontes de financiamento do Plano de Desenvolvimento Turístico;

g) controle e avaliação do cumprimento do Plano de Desenvolvimento Turístico.

Portanto, trata de caminhos norteadores para a elaboração de um de Plano de Desenvolvimento Turístico, devendo-se, no entanto, respeitar a diversidade geográfica e sociocultural da localidade turística.

Resumo

Nesta aula você estudou os principais elementos em suas partes constituintes na elaboração de Plano Municipal de Turismo, considerando as particularidades de cada localidade.

Atividades de aprendizagem

1) Escreva sua percepção referente ao desenvolvimento turístico de sua cidade. Comente sobre isso e poste no AVEA.

2) Pesquise (na internet) se sua localidade tem um Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo. Comente a importância da existência de um plano turístico para a localidade no fórum destinado ao tema no AVEA.

3) Elabore um Plano Municipal de Turismo para a sua cidade. Caso já exista um, aponte o que você mudaria e por quê? Poste suas considerações no AVEA.

Referências

ANDRADE, José Vicente. **Fundamentos e dimensões.** 2ª ed. São Paulo: Ática, 2002.

BALANZÁ, Isabel; NADAL, Mônica. **Marketing e comercialização de produtos turísticos.** São Paulo: Pioneira Thomson, 2003.

BADARÓ, Rui Aurélio de Lacerda. **A evolução da legislação turística brasileira:** o início do direito do turismo. Disponível em: <http://www.ibcdtur.org.br/downloads/Evolu%E7%E3o%20da%20legisla%E7%E3o%20turistica%20no%20Brasil.pdf.> Acesso em: 28 mar. 2010.

BALANZA, I, M.; NADAL, M. C. **Marketing e comercialização de produtos turísticos.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning , 2003.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** 2ª ed. São Paulo: SENAC São Paulo, 1998.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil:** promulgada em 5 de outubro de 1988. Juarez de Oliveira. 13. Ed. Atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 1996. (Coleção Saraiva de Legislação.)

_____. **Plano Nacional de Turismo:** diretrizes, metas e programas 2003 - 2007. Disponível em: http://www.lib.utexas.edu/benson/lagovdocs/brazil/federal/turismo/turplanoNacionalPortugues2003-2007.pdf. Acesso em: 18 abr. 2010.

_____. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010:** uma viagem de inclusão. Disponível em: < http://www.fbcvb.org.br/docs/downloads/plano_nacional_de_turismo_pnt_2007_2010.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2010.

CALDAS AULETE, Francisco Julio. Dicionário Contemporâneo da Língua Portuguesa. 4. Ed. RJ: Nova Fronteira, 2004. BRASIL TURISMO. Turismo no Brasil - Dados do Turismo. Principais Emissores de Turistas para o Brasil - 2005/2006. Disponível em: <http://www.brasilturismo.com/turismo/dadosdoturismo.php.>. Acesso em: 20 mai. 2010.

DAL MOLIN, Beatriz Helena et al. **Mapa referencial para construção de material didático -** Programa e-Tec Brasil. 2ª ed. revisada. Florianópolis: UFSC, 2008.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo:** política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR. Anuário Estatístico Embratur. V. 33, 2006. Disponível em: <http://www.braziltour.com/site/br/dados_fatos/conteudo/lista.php?in_secao=308>. Acesso: 5 set. 2010.

EMBRATUR. Anuário Estatístico de Turismo - 2009. V. 36, ano base 2008. Disponível em: <http://www.braziltour.com/site/br/dados_fatos/conteudo/lista. php?in_secao =308>. Acesso: 5 set. 2010.

FERREIRA. Aurélio B. de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2004.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Miniaurélio: o minidicionário da Língua Portuguesa. 7 ª ed. Curitiba: Positivo, 2008.

HAYAKAWA, S.A. **Linguagem no pensamento e na ação.** São Paulo: Pioneira, 1963. (Coleção Turismo).

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo.** São Paulo: Pioneira, 1999.

JORNAL DE TURISMO: OMT: turismo vai cair até 2% em 2009. Disponível em <http://www.jornaldeturismo.com.br/noticias/geral/21784-omt-turismo-vai-cair-ate-2-em-2009.html>. Acesso em: 5 set. 2010.

LEMOS, Leandro de. **Turismo:** que negócio é esse? 3ª ed. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.

MINISTÉRIO DE TURISMO. NOVIDADE: Brasil, um estilo de vida. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/site/br/campanhas/materia.php?id_conteudo=1019>. Acesso: 5 set. 2010.

MYANAKI, Jacqueline et al. **Cultura e turismo.** Ed. rev. e ampl. São Paulo: IPSIS, 2007.

MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do mercado turístico.** 2ª ed. São Paulo: ROCA, 2001.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico.** 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2002.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento:** planejamento e organização. 3ª ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

Organização Mundial de Turismo (OMT). **Introdução ao turismo.** Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

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

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. 7ª ed. São Paulo: Papirus, 2001. (Coleção Turismo).

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável:** gestão e marketing. Tradução Esther Eva Horovitz. 2ª ed. São Paulo: Alehp, 2000.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade:** tendências contemporâneas. Campinas, São Paulo: Papirus, 1993.

TURISMO. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo>. Acesso em: 5 mar. 2010.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing turístico:** receptivo e emissivo. São Paulo: Pioneira, 2001.

Currículo da professora-autora

Marivan Tavares dos Santos é mestre em Educação e licenciada em Letras pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM). É professora da Rede Pública Estadual e professora de ensino superior da rede privada. Tem experiência na área de Educação, atuando em áreas de Língua Portuguesa, Metodologia da Pesquisa e do Estudo, Redação Técnica e Comunicação Empresarial. Alguns de seus trabalhos publicados são: **Histórias vividas, Memórias de Professores em narrativas de formação** e **Histórias vividas, histórias contadas**: leitura, escrita e docência.

e-Tec Brasil
Escola Técnica Aberta do Brasil

ISBN 978-85-63576-17-0