

O Sistema Territorial Turístico: uma análise sob a ótica do planejamento estratégico do município de Joinville

Romualdo Theophanes de França Junior¹

Cristiane Silva²

Guilherme Garcia Velásquez³

Resumo: O presente artigo objetiva avaliar o planejamento estratégico formalizado para o desenvolvimento do turismo no município de Joinville - SC, sob a ótica de uma pesquisa bibliográfica e documental, de caráter exploratório-qualitativo, tomado como ferramenta de gestão e assim apresentar subsídios para tratamento e formalização de políticas públicas para o turismo local, no contexto de uma perspectiva crítica que busca compreender a estrutura e a estratégia adotadas como parte integrante de sua economia. Compreende uma abordagem a partir do modelo de sistema territorial turístico, vislumbrando ampliar o conhecimento bibliográfico sobre a temática e proporcionar informações fundamentais para a dinâmica de atualização, adequação e até mesmo mudança das metas e programas inicialmente estabelecidos, onde detectados os pontos positivos e negativos é possível estabelecer as prioridades de investimentos, seguindo o conjunto de fatores que devem ser tratados e planejados simultaneamente. Detectou-se que a ausência de integração entre a administração pública e o trade turístico acabam por não permitir o avanço da efetivação de um plano diretor e de marketing para o setor turístico no município, tão importantes para o incremento da atividade.

Palavras-chave: Território Turístico. Planejamento do Turismo. Políticas Públicas.

Introdução

É como atividade eminentemente social que o turismo tem marcado setores da economia e da vida cotidiana das pessoas. Os interesses na atividade turística são os mais diversos, podendo ser citados como exemplos, as entradas de divisas para um país, o status das cidades e de seus administradores, a disputa por fatias de recursos orçamentários, a criação de empresas especializadas, os benefícios fiscais, a requalificação dos espaços, entre outros fartamente abordados em atuais artigos desenvolvidos pela academia. A disponibilidade de atrativos turísticos é igualmente diversificada, dos quais se apontam, somente, os de lazer, ecológicos, eventos, religiosos, culturais e esportes. Portanto, por si, estes já representam boa parte da vida e dos recursos turísticos possíveis de uma localidade.

O planejamento turístico apresenta-se como uma ferramenta indispensável à compreensão e a sistematização da atividade turística nas comunidades receptoras e emissoras. Neste sentido,

¹ Doutor em Administração e Turismo pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI); Mestre em Infraestrutura e Gerência Viária (UFSC); Engenheiro Civil; Docente da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC). e-mail: romaphanes@gmail.com

² Doutoranda em Turismo e Hotelaria (UNIVALI); Mestra em Gestão de Políticas Públicas (UNIVALI); Especialista em Docência no Ensino Superior; Bacharela em Direito; Advogada (OAB/SC 27.513); Bolsista CAPES/PROSUP. e-mail: cristianesilva.oab@hotmail.com

³ Doutorando em Turismo e Hotelaria (UNIVALI); Mestre em Educação (UNESP); Graduado em Turismo e Hotelaria e em Administração de Empresas; Docente da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. e-mail: guigave@hotmail.com

trabalhos em pesquisa que contemplem essa linha e temática são de relevância para a atividade turística e visam elaborar planos de ação. Na especificidade da temática, estudar as culturas locais e suas formas de apropriação, responsáveis por parte do turismo, figura como imprescindível para a verificação das possibilidades e limitações do turismo na área em questão, ainda que em termos teóricos (Soares; Cardozo, 2008).

O propósito do trabalho ora proposto desenvolve-se com base no plano denominado “Joinville Cidade das Flores - Planejamento Estratégico do Turismo”, que apresenta como negócio “desenvolver o turismo como atividade econômica, social e cultural” sob a missão de “transformar Joinville em destino turístico”.

Para tanto, inicia-se pela abordagem teórica, vislumbrando elucidar eventuais dúvidas e demonstrar parte do entendimento bibliográfico sobre planejamento e gestão do turismo, valoração social da região empreendida, território e atrativos turísticos, entre outros aspectos correlacionados. Segue-se permeando pelo processo da compreensão do território turístico, numa perspectiva sistêmica, proposta por Anjos (2004), diagnosticando o cenário do planejamento estratégico do turismo com referência as metas estabelecidas.

2 Políticas Públicas de Turismo

A política, segundo Beni (2006), é um curso de ação calculado para alcançar objetivos, ou seja, é o caminho em que se identificam as necessidades, e de acordo com os recursos disponíveis e as restrições do mercado, se traçam as direções gerais, orientando de forma específica a gestão diária do turismo.

Tem-se que as políticas públicas são próprias da organização e das decisões do governo. Assim, a política pode ser analisada como a busca para estabelecer políticas públicas sobre determinados temas, ou de influenciá-las. Por sua vez, um elemento chave do governo se refere a concepção, ao planejamento, a gestão e a avaliação das políticas públicas (Parada, 2006).

Conceitualmente, a política pública é, na sua forma mais simples, uma decisão tomada pelo governo em empreender um determinado curso da ação ou em manter o seu *status quo*, podendo ser definida como planos, diretrizes, regulamentos, normas e, notadamente, decisões, que expressam a intenção do poder público em intervir em determinada demanda (Silva, 2012).

Por política pública de turismo pode-se compreender o direcionamento dado pelo governo federal, estadual, municipal ou regional para o desenvolvimento da atividade turística, após ter consultado os representantes do setor turístico e da sociedade (Lohmann; Panosso Neto, 2008).

Para os pesquisadores Dias e Matos (2012), as políticas públicas de turismo são intervenções conscientes, intencionais, formais, racionais e estratégicas realizadas a partir do Estado, ou sob a coordenação deste, visando intervir num determinado sistema turístico, buscando direcionar seu crescimento no sentido de beneficiar toda sociedade numa perspectiva sustentável. Neste norte, o papel do Estado se torna fundamental, procurando corrigir suas falhas e reforçando seus aspectos positivos.

É preciso ter em mente que o sistema turístico, de qualquer nível que possa ser considerado (local, regional, estadual ou nacional), é um sistema aberto e que está permanentemente sujeito a influências externas (econômicas, sociais, institucionais, entre outros). Dessa feita, ele tanto influencia como é influenciado, numa sistemática cíclica e constante.

No contexto, o papel das políticas públicas no turismo, segundo Barretto (2003), deve ser o de propiciar o desenvolvimento harmônico da atividade e, portanto, é de responsabilidade do Estado organizar uma estrutura jurídico-administrativa cujo papel é planejar e controlar os investimentos que realiza, os quais permitem o avanço da iniciativa privada, por meio da construção de equipamentos e prestação de serviços, devendo esta administração pública criar mecanismo que assegurem o retorno em forma de benefícios à população.

Conforme identifica Dias (2003), o turismo também é um consumidor intensivo de território, portanto é imprescindível planejar seu desenvolvimento, definindo objetivos econômicos, sem prejudicar espaços que devem ser protegidos, com a devida atenção à identidade da localidade. As ações de planejamento e definição de políticas adequadas tornam-se condição *sine qua non* nesse processo de apropriação do espaço e de todos seus elementos.

A política pública de turismo estabelece metas e diretrizes que orienta o desenvolvimento socioespacial da atividade, tanto no que tange à esfera pública como no que se refere à iniciativa privada (Cruz, 2002).

No conceito de Beni (2002), uma política de turismo deve ser estruturada levando em consideração que precisa ser norteadas por três grandes condicionamentos, o cultural, o social e o econômico, as quais podem ser agregadas o ambiente.

A formulação da política de turismo deve contemplar a observação e análise da situação de modo macro e deve ser capaz de orientar a tomada de decisões de longo prazo e, portanto, são necessárias constantes atualizações e é preciso contar com o envolvimento e o compromisso dos diversos segmentos que atuam no turismo, a fim de promover e estimular a participação contínua e realista das decisões (Ruschmann; Solha, 2006).

Não resta dúvida que o papel do Estado intervindo no processo de desenvolvimento do turismo se faz necessário para a busca de respostas aos problemas inerentes a esse desenvolvimento, e principalmente para se prevenir dos efeitos indesejados que o crescimento pode provocar, especialmente a um determinado local ou região (Silveira, 2003).

Os investimentos públicos em turismo são ferramentas significativas para gerar maior valor agregado para a região, através de políticas públicas que focam o setor (Gulcan; Kustepeli; Akgungor, 2009).

No turismo, a união de políticas públicas e investimentos da iniciativa privada em uma determinada região levam ao aumento de conhecimentos e capacidades, conseguidas nesta parceria, gerando maior estrutura e melhores serviços aos visitantes (Balalia, 2010).

O desenvolvimento da atividade turística deve ser amplamente planejado pelo Estado, nas suas esferas de governo, seguindo uma política previamente elaborada e aprovada, tal qual se evidencia na ferramenta do planejamento estratégico.

O desafio da gestão das estratégias planejadas para um destino turístico está na compreensão do papel dos vários atores envolvidos, permeando um processo dinâmico que deve observar as demandas do mercado turístico e suas variações, revisões regulares dos objetivos específicos e seus fatores associados, sempre no contexto de se estabelecer ou reavaliar as políticas públicas adotadas.

3 O Planejamento do Turismo

Entende-se como planejamento um determinado tipo de tomada de decisão e elaboração de políticas; ele lida com um conjunto de deliberações interdependentes ou sistematicamente relacionadas e não com decisões individuais. Planejar é, portanto, apenas uma parte de um processo global de planejamento, decisão e ação (Hall, 2004).

Para Molina (2005, p. 45) o conceito de planejar é amplo, envolvendo uma série de variáveis, mas com o objetivo de seguir um curso de ação, buscando uma situação predeterminada por meio de análises científicas, gerando um esforço constante, coerente, organizado, sistemático e generalizado; para tanto, destaca que: “planejamento é um processo racional, sistemático e flexível, cuja finalidade é garantir o acesso a uma situação determinada, a qual não se poderia chegar sem ele”.

A manipulação das variáveis do planejamento, sejam quantitativas e/ou qualitativas, é que podem facilitar a condução de ações que visam a mudança de uma situação atual ou inexistente, para uma situação factível, almejada.

A importância do planejamento é destacada por França Jr. (2014, p. 123), quando afirma que:

Sem planejamento é praticamente impossível conseguir objetivos ou terminar detalhadamente um projeto. É por intermédio do planejamento, que se obtém um nível elevado de garantia para que um projeto, um trabalho ou uma atividade tenha êxito e seja coroado com sucesso.

A relação entre as variáveis potenciais, a compreensão das mudanças, as decisões a serem tomadas, bem como as ações executadas, são o resultado efetivo do planejamento bem concebido.

Quando almejado o desenvolvimento econômico e social por meio do turismo, deve-se ter em mente que para contribuir com o fortalecimento de uma região ele deve ser planejado, ordenado e bem conduzido. Implementar requer responsabilidade, vez que significa pôr em prática um projeto, programa ou plano, por meio da organização e planejamento das ações concretas a serem executadas (França Jr., 2014).

A discussão sobre o planejamento e gestão do turismo tende a caminhar na busca de uma visão integrada e mais completa que recebe maior ênfase na teoria sistêmica, que vê o sistema tanto na sua totalidade quanto nas suas relações, considerando todos os seus elementos: naturais, humanos, sociais, econômicos, tangíveis e intangíveis, fixos e fluxos, forma e função (Anjos et al, 2005). É a compreensão da complexidade e da totalidade do sistema que propiciará a criação de um cenário para as ações do planejamento, que serão, conseqüentemente, refletidas em todas as inúmeras e constantes interações dos elementos desse sistema.

Na análise do território turístico para formalização do planejamento, os fixos são entendidos como os elementos naturais, cujas dinâmicas são resultante de processos ecológicos integrantes do sistema natural e controlados por dinâmicas não humanas, e os elementos construídos resultantes das ações humanas sobre os espaços, as materializações das produções humanas. Os fluxos compreendem as dinâmicas socioculturais, que envolvem a relação do homem com os sistemas ecológicos, e as dinâmicas econômicas compostas por processos relacionados à produção, distribuição, consumo e acumulação de capital (Anjos, 2004).

Tanto o processo de planejamento como a gestão do território turístico, dependem diretamente do interesse do poder público, da vontade política, e de trazer a comunidade residente para o processo de desenvolvimento da atividade, distribuindo de forma mais equilibrada os resultados positivos.

O planejamento na atividade turística com a participação de governo, comunidade, empresários e demais *stakeholders* se faz importante para não ser reproduzido um cenário de crescimento sem desenvolvimento, onde existe um excesso de preocupação com o lugar e com o turista, deixando a comunidade local totalmente a margem desse processo (Burns, 2004).

Em ambientes democráticos, de complexidades sociais, econômicas e políticas, onde o planejamento linear e normativo não se mostra mais adequado, surge o planejamento estratégico, envolvendo a ordenação sistemática de um conjunto de medidas necessárias à consecução das metas almejadas, com maior rapidez e menores custos, tendentes a elevar a qualidade de vida comunitária (França Jr., 2014).

O planejamento estratégico é um importante instrumento de gestão para as organizações na atualidade. Constitui uma das mais importantes funções administrativas e é através dele que o gestor e sua equipe estabelecem os parâmetros que vão direcionar a organização da empresa, a condução da liderança, assim como o controle das atividades (Andion; Fava, 2007).

Na esfera pública também se observa a tendência de adotar o planejamento estratégico como ferramenta de resposta a um ambiente competitivo em constantes mudanças, tal como é caracterizada a atividade do turismo, o que requer que sejam continuamente revistas as formulações dos objetivos estratégicos.

O desenvolvimento de um planejamento estratégico por si só não é garantia de sucesso da atividade turística, pois escolhas erradas no processo decisório e tipos de planejamento inapropriados comprometem sua implementação. Neste sentido se faz necessário um maior

detalhamento do planejamento estratégico, ou seja, concretizá-lo em planos de ação para auxiliar no seu processo de implementação (Lai; Li; Feng, 2006).

Apesar dos benefícios oriundos das ações de planejamento estratégico, vê-se que as políticas públicas ainda se deparam em uma série de barreiras que foram mencionadas por Valls (2006) em um documento denominado “inventário das experiências mundiais em matéria de planejamentos turísticos”, realizado pela UNWTO - World Tourism Organization, em 2006, em que o autor demonstra que apenas 56% dos projetos ou planos estratégicos redigidos chegaram a ser executados, conforme demonstra o quadro abaixo.

Quadro I – Barreiras do Planejamento Estratégico de Turismo

- O processo de planejamento estratégico tem um custo elevado, seja qual for a identidade do promotor público ou privado. Para o primeiro, dependerá da oportunidade política; para o segundo, do benefício previsto;
- Os interesses da população nativa, dos turistas mais ou menos frequentes, dos proprietários, dos inquilinos e do resto dos agentes privados e públicos são extremamente difíceis de harmonizar;
- O marco de desenvolvimento que exigem os grandes grupos turísticos e as pequenas e médias empresas pode chegar a ser diametralmente oposto em determinadas situações;
- As condições particulares de cada destino e de cada empresa desencadeiam contextos que distorcem, em muitos casos, os critérios de planejamento;
- A inércia do não-planejamento é muito cômoda e leva muitos destinos a abandonar-se às forças de mercado.

Fonte: Valls (2006).

Diante de tais barreiras, típicas do processo clássico de elaboração de um planejamento estratégico, afirma-se que além dos papéis de promotor, de redator e de executor, o setor público deve assumir o papel de contínuo planejador, promovendo a interação entre os grupos de interesses para com as estratégias, ações e recursos orçamentários, facilitando o desenvolvimento do processo.

Portanto, o planejamento e a gestão da atividade turística devem partir de políticas adequadamente dimensionadas, com visão ampla, preferencialmente tomada de forma consensual entre poder público, empresas ligadas ao setor e comunidade residente, estabelecendo como deve ser exercida a atividade, buscando satisfazer os desejos dos turistas sem se afastar das necessidades locais, proporcionando dispositivos de avaliação e adequação continuadas.

4 Metodologia

Trata-se de uma pesquisa de análise bibliográfica e documental, enriquecida por levantamento de campo e informações prestadas através de pessoas responsáveis pela gestão da atividade turística do município de Joinville. Em se tratando dos documentos analisados, importante ressaltar que eles foram caracterizados pelo plano denominado “Joinville Cidade das Flores - Planejamento Estratégico do Turismo”.

Registra-se, que se utilizou o método dedutivo, uma vez que se partiu de uma investigação não específica, razão pela qual, se estabeleceu uma formulação geral e, conseqüentemente,

apresentou-se as partes desse fenômeno, como forma de fundamentar as considerações finais, destacando os pontos mais importantes obtidos no decorrer da pesquisa.

Sendo um estudo que teve como base a descrição e a interpretação dos acontecimentos, dos grupos sociais e das interações territoriais, como também a vivência e a sensação dos próprios pesquisadores, afirmar-se que o mesmo possui caráter qualitativo, aquele que para Polit, Becker e Hungler (2004) tende a salientar os aspectos dinâmicos, holísticos e individuais vivenciados, para apreender a totalidade no contexto do que está sendo estabelecido para o fenômeno.

Sobre a ferramenta utilizada no trabalho, merece apontamento o fato de que a teoria geral dos sistemas, de Ludwig Von Bertalanffy (1967), bem como a produção de Anjos (2004), a respeito da relação sistêmica e da teoria de fluxos e fixos, foram fundamentais para permitir a compreensão das ações de planejamento estratégico no território turístico de Joinville-SC.

Dessa forma, todas as etapas metodológicas desenvolvidas, foram propostas considerando a relação sistêmica e sua relevância no processo de compreensão da dinâmica do turismo, do ambiente da localidade estudada e todas as ações nela ocorridas, considerando o município um sistema e que o mesmo apenas pode ser compreendido a partir da correlação de suas partes componentes.

Para a análise do plano foram utilizadas como fonte de dados secundários, jornais e revistas, relatórios institucionais e internet, e como fonte de dados primários, observação *in loco* e informações adicionais prestadas por atores ligados à execução e gerenciamento do plano, em diferentes momentos da administração da PROMOTUR - Fundação Turística de Joinville.

Com a documentação pesquisada foi possível caracterizar o sistema turístico de Joinville, fazendo um breve relato de sua história social, cultural e econômica, além de identificar os atores envolvidos na gestão turística municipal com a interface da gestão estadual.

Para direcionar o trabalho de caracterização do território turístico de Joinville, buscou-se diagnosticar:

- Como e quando aconteceu a constituição do planejamento estratégico do turismo;
- Quais os papéis e funções desempenhados pelos atores; e
- Quais as ações estratégicas realizadas e não realizadas.

Ao trabalhar os fundamentos acima, identificaram-se os sistemas de fixos e fluxos, os quais representam os elementos naturais e os construídos pelo homem, bem como aqueles de ordem sociocultural e econômica, resultando no desenvolvimento de um sistema de informações como instrumento de análise dos vínculos gerados entre o objeto (o sistema) e a ação (o processo).

Para avaliação da implantação do planejamento estratégico, tratou-se de esmiuçar os objetivos sob a ótica da “missão” e do “negócio”, comparando-os com os levantamentos sistêmicos, estabelecendo pesos variando de 1 a 5, conforme o resultado alcançado (baixo, crítico, satisfatório, bom e ótimo), descritos em quadros de níveis obtidos para cada meta estabelecida.

5 O Sistema Turístico Local

A fundação do município de Joinville foi registrada no ano de 1851, com a chegada dos primeiros imigrantes alemães, suíços e noruegueses; mas os sítios arqueológicos encontrados demonstram que até o século XVII o município esteve habitado por tribos indígenas. No ano de 1852, a colônia, chamada em um princípio de Colônia Dona Francisca, mudou de nome para Joinville, em homenagem ao filho do rei francês Louis Phillipe, François Ferdinand Phillipe.

A partir da sua criação e graças a beleza natural onde se localiza, Joinville foi especialmente adornada por seus colonizadores, os quais trouxeram o amor pelo meio ambiente e pela jardinagem. Suas ruas, praças e edifícios estão ricamente decorados com cuidadosos jardins, repletos de plantas e de flores coloridas (Görresen, 2006).

Inicialmente, merece apontamento o fato de que a população de Joinville pertenceu ao município de São Francisco do Sul, mas em 1866 conseguiu se emancipar politicamente e fundando-se o atual município de Joinville. Na década de 1930 começaram a surgir as indústrias e anos mais tarde, no ano de 1940, se converteu no centro industrial mais importante de todo o Estado de Santa Catarina.

No final do século XX surgiram os primeiros movimentos turísticos, sustentados na ecologia, na cultura e nos negócios. Toda a área em que se localiza o município de Joinville é conhecida por seu maravilhoso entorno natural, cheio de amplas zonas verdes, áreas de proteção ambiental, mar, rios e lagos, e seu rico patrimônio arquitetônico e cultural, com templos, teatros, museus, bibliotecas e universidades (Görresen, 2006).

Com a finalidade de planejar, estabelecer e coordenar as ações voltadas a formulação da política municipal de turismo foi criado o Conselho Municipal de Turismo, sob a coordenação da Secretaria Municipal de Turismo, com representantes das principais entidades e segmentos, através da Lei n. 3.169, de 21 de julho de 1995, que já apontava em seu item VII, art. 2º, a meta de elaborar o Plano Diretor de Turismo.

Nascido da vontade de empresários em fortalecer o setor do Turismo de Eventos na cidade, o “Joinville e Região Convention & Visitors Bureau” foi fundado em abril de 1997. O foco de captar eventos para a cidade foi a prática norteadora da instituição, que a partir de 2005 passou a se chamar “Joinville Costa do Encanto Convention & Visitors Bureau” (PROMOTUR, 2009).

Na busca de reorganizar o setor, no âmbito da administração pública municipal, foi extinta a Secretaria Municipal de Turismo e fundada a Companhia Municipal de Promoção Turística de Joinville e Região – PROMOTUR, por intermédio da Lei n. 3.561, de 29 de setembro de 1997, inclusive adequando as entidades representativas na formação do Conselho Municipal de Turismo. Posteriormente, por força da Lei n. 4.676, de 30 de outubro de 2002, a PROMOTUR foi transformada em Fundação Turística de Joinville, contudo mantendo as suas características funcionais.

Somente nos anos de 2000 e 2001 é que foi desenvolvido e instituído o planejamento estratégico do turismo de Joinville, denominado de “Joinville Cidade das Flores”, calcado nos seguintes objetivos:

- Estimular investimentos públicos e privados, visando estruturar a cidade com equipamentos turísticos que sejam atração o ano inteiro;
- Captar, promover e sediar eventos; e,
- Consolidar a marca “Joinville”.

Com a criação das Secretarias de Estado do Desenvolvimento Regional no ano de 2003 e vislumbrando criar políticas para organização e integração regional das atividades turísticas, ação atribuída a gerencia de turismo, cultura e esporte, o Governo do Estado de Santa Catarina intentou demonstrar e ampliar seu apoio ao setor como destacada atividade da economia Catarinense.

6 A Compreensão do Território Turístico

O patrimônio natural e cultural está integrado ao território e, portanto, qualquer iniciativa de desenvolvimento deve contemplar a utilização racional dos recursos dentro de uma perspectiva de um modelo de desenvolvimento sustentável (Dias, 2003).

A compreensão do sistema se materializa nos indicadores ecológicos, socioespaciais, socioculturais e econômicos. Os indicadores desse processo medem os fluxos dos sistemas e os fluxos gerados por tais fluxos. Dessa forma, os indicadores são de quantidade e de intensidade dos elementos e dinâmicas dos sistemas (Anjos et al, 2006).

Os princípios norteadores da teoria sistêmica possuem bases nos estudos de Bertalanffy (1967), incorporando avanços relacionados aos princípios fundamentais da relação entre sistema e ambiente externo, desenvolvidas por Maturana & Varela (1995, 1997), Morgan (1996) e Capra (2002).

O território turístico, como um sistema, deve ter processos de planejamento e gestão que ao mesmo tempo se coloquem como parte do ambiente que perturba o sistema, incrementando as possibilidades de aprendizado e evolução, otimizando os processos de criação e inovação (Anjos et al, 2005).

Nesse contexto, a compreensão do território turístico de Joinville pretende apresentar todas as informações necessárias para a efetiva e atual avaliação de uso do Planejamento Estratégico do Turismo de Joinville, como ferramenta de gestão das políticas públicas.

6.1 Sistema dos Fixos Naturais

Joinville está localizada na região nordeste de Santa Catarina, no cruzamento das coordenadas 26° 18' 05" de latitude sul e 48° 50' 30" de longitude oeste, ocupando uma área total de 1.134,03 quilômetros quadrados.

O relevo do município se desenvolve sobre terrenos cristalinos da Serra do Mar e uma área de sedimentação costeira. A parte oeste estende-se até os contrafortes da Serra do Mar, marginados em sentido leste por planícies de sedimentação costeira. Destaque para as Serras do Quiriri, Rio Bonito, Rio do Julio, do Salto, Volta Grande e Queimada, atingindo neste último ponto 1.325 metros de altitude. As regiões de planície são caracterizadas pelos processos sedimentares Aluvionais nas mais interioranas e marinhas na linha costeira, onde ocorrem os mangues, justamente onde se desenvolve a ocupação humana (área agricultável e urbana), com altitude variando de 0 a 20 metros. Nos morros isolados, destaque para o Morro da Boa Vista, na área urbana, com altura de 220 metros (França Jr., 2002).

O clima da região é do tipo úmido a superúmido, com temperatura média anual de 22,66°C e índice de precipitação anual média de 136,22 milímetros. A umidade relativa do ar é alta, variando em 78,35%. Os ventos ocorrem com maior frequência das direções leste e nordeste, e em menor frequência das direções sudoeste, sudeste e sul (IPPUJ, 2013).

A vegetação é classificada, de forma geral, como floresta ombrófila densa, de domínio da Floresta Atlântica e, portanto, caracterizada pela biodiversidade das espécies, formando uma vegetação densa e exuberante, com altura superior a 30 metros. No seu interior formam-se outras espécies, adaptadas a iluminação difusa, como o palmito, as bromélias e as orquídeas (FUNDEMA, 2009).

De acordo com o Atlas Ambiental da Região de Joinville (2000), a hidrografia do município de Joinville apresenta seu sistema organizado predominantemente na vertente Atlântica da Serra do Mar, cujos rios se caracterizam por pequena extensão e grande vazão. A formação geomorfológica associada às condições climáticas e à cobertura vegetal interfere positivamente no regime hídrico. As bacias hidrográficas do Município são a do Rio Cachoeira, do Rio Cubatão e do Rio Piraí. Com nascentes no alto das serras, entre campos de altitude e matas de galeria, os rios descem as encostas da Serra do Mar e atingem a planície quaternária, protegidos pela densa Floresta Atlântica, até desaguar na Baía da Babitonga, passando pela região dos manguezais.

Os solos estão fortemente marcados pela expressiva diferenciação da geomorfologia, caracterizando três ambientes distintos: a Serra do Mar, a região intermediária de terrenos fortemente ondulados e a planície costeira. A geologia condicionou a formação de quatro conjuntos pedológicos: os solos litólicos aparecem nas áreas de maior declividade, associado a afloramentos rochosos; após, aparecem os podzólicos, típico nos relevos ondulados; os gleissolos estão associados a planícies com drenagem deficiente, nas áreas de mangues; e, os podzóis que estão associados às baixas altitudes, junto das planícies marinhas (França Jr., 2002).

Quanto às fontes de poluição industrial, que tanto preocuparam as populações residentes da região, pode-se dizer que estão todas localizadas e controladas. O mesmo não se pode dizer da poluição proveniente de esgotos domésticos, que se constitui no maior problema a ser enfrentado pelo município. Em que pese à responsabilidade de cada cidadão, a solução dependerá de forte determinação política, com ações técnicas específicas e onerosas.

6.2 Sistema dos Fixos Construídos

Situada em ponto estratégico de acesso ao MERCOSUL, os principais acessos rodoviários de Joinville são caracterizados a partir da BR 101. A malha viária municipal conta com 1.705,20 quilômetros, onde 208,80 quilômetros são estradas vicinais e 1.496,40 quilômetros vias urbanas, das quais 682,50 quilômetros estão pavimentados. A partir da área central, o sistema viário apresenta-se na forma radial de penetração aos bairros. A cidade é servida também por ligações diretas com os municípios de Guaramirim, São Bento do Sul, Araquari e São Francisco do Sul, através de rodovias estaduais.

O transporte coletivo atende a todos os bairros através de um grande sistema integrado, operado por duas empresas, envolvendo 10 estações de integração e 12 estações de transbordo. Conta ainda com linhas de circulares, as alimentadoras, as interestações e as troncais, transportando em média 128 mil pessoas por dia (IPPUJ, 2013).

O ramal ferroviário ligando Joinville ao porto de São Francisco do Sul é caracterizado pelo transporte de cargas, cuja operação é realizada pela América Latina Logística, no regime de concessão federal. Mas, da sua inauguração em 1906 até o ano de 1991 atendeu com muita propriedade o transporte de passageiros. Com obras já contratadas, o ramal será modificado, para contornar a área urbana.

Denominado Lauro Carneiro de Loyola, o aeroporto de Joinville está localizado a 13 quilômetros do centro da cidade, contando com área construída de 4.000 metros quadrados e pista medindo 1.640 metros de comprimento, é destinado à aviação doméstica, com capacidade para atender 500.000 passageiros por ano. Seus usuários possuem perfil executivo, empresarial e turístico de eventos. Atualmente opera 11 voos diários, e apresentou movimentação operacional no ano de 2010, de 289.129 passageiros e no ano de 2012, de 423.114 passageiros (INFRAERO, 2013). Acredita-se que a instalação do equipamento ILS - Sistema de Aproximação por Instrumento, que se encontra em processo de licitação pública para contratação pela INFRAERO, poderá ampliar significativamente a movimentação anual.

O Rio Cachoeira, bastante poluído, e que antigamente cumpriu importante papel no transporte de cargas, vem sendo preparado para servir como hidrovia para transporte de passageiros entre o centro de Joinville e o centro de São Francisco do Sul. No setor turístico, o canal entre o bairro Espinheiros e a Baía da Babitonga, proporciona possibilidades para passeio marítimo, além de fazer a conexão portuária com os portos de Itapoá e de São Francisco do Sul.

O regime urbanístico de uso, ocupação e parcelamento do solo, é caracterizado pelo sistema de zoneamento, abrangendo os 35 bairros da cidade e os 4 distritos, onde a descontinuidade do tecido urbano é bem característico. A rede viária proporciona boa integração entre os bairros e os distritos, apresentando-se como principal fator de delimitação da área urbana, permitindo inclusive a centralização de cada bairro e dos distritos (IPPUJ, 2013).

A proliferação de loteamentos, ocorrida entre as décadas de 70 e 90, sem observar as características do solo, vinculadas ao alto crescimento demográfico e as invasões de terras, resultou em um meio urbano desordenado, especialmente no que tange as agressões ao meio natural e ao sistema de saneamento municipal (França Jr., 2002). Em que pese à evolução das soluções aplicadas a partir de 2002, ainda existem passivos que devem ser tratados no contexto ambiental.

O conjunto de edificações e espaços livres permite observar as características formais do território. As áreas próximas ao mar e a serra são as áreas menos densas e sem verticalização, sendo os espaços livres extensos, apresentando forte vazio urbano. Na área central, encontra-se a maior densidade com forte tendência à verticalização, onde os espaços livres já se limitam pelas áreas públicas de lazer (França Jr.; Silva, 2013).

A história cultural e artística de Joinville data já dos primeiros imigrantes e pode ser observada na memória edificada, com destaque para: Alameda Brüstlein, Cemitério dos Imigrantes, Pórtico e Moinho no acesso pela rua XV de novembro, Estação Ferroviária, Casas de Enxaimel, Mercado Público, Mirante, Gruta da Imaculada Conceição, Arquivo Histórico, Galeria Municipal de Artes Victor Kursancew, Centreventos Cau Hansen, Estrada Bonita, Recanto Jativoca, Parque Zoobotânico, Museu da Bicicleta, Museu da Fundação, Museu Casa Fritz Alt, Museu Arqueológico de Sambaqui, Parque Ecológico Morro do Finder, Museu Nacional de Imigração e Colonização, Orquidário Boa Vista, Museu Nacional do Bombeiro, Sede da Sociedade Lírica, Museu da Indústria, Complexo Cultural Antarctica, Museu de Arte Ottokar Doerffel, Igreja da Paz, Catedral Diocesana, Sede da Sociedade Harmonia Lyra, Teatro Juarez Machado e Escola do Teatro Bolshoi no Brasil (Cunha; Bastian, 2009).

6.3 Sistema dos Fluxos Sociais

A cidade de Joinville é conhecida como Cidade dos Príncipes. Mas, não foram de berço nobre, nem tiveram uma vida de faustos e riquezas os imigrantes que para lá se dirigiram na metade do século XIX, criando suas raízes e dando início à que hoje é considerada a maior cidade de Santa Catarina (Gorresen, 2006).

Projetada para ser uma colônia agrícola, rapidamente veio a se transformar em um centro social, econômico, político e administrativo. Dentre os primeiros imigrantes já se encontravam alguns capitalistas, empregadores, artesãos, oficiais e acadêmicos, homens cultos e inteligentes, senhoras e senhores que provocaram profunda repercussão na colônia. O fator humano foi preponderante nessa mudança; a presença de pessoas de origem não agrícola, o assentamento em minifúndios, a mão de obra qualificada e um mercado consumidor para produtos manufaturados, favoreceram o desenvolvimento industrial (Gehlen, 2011).

Segundo o IPPUJ (2013), a evolução demográfica da região pode ser caracterizada basicamente por três fenômenos: a forte reversão da população rural em urbana; a explosão demográfica do município de Joinville após a década de 1970, fazendo com que, atualmente, o

município represente o maior aglomerado urbano no estado; e, as consecutivas emancipações dos municípios, sendo que, dos três municípios existentes na década de 1920, apenas o município de Joinville não diminuiu sua área territorial.

O censo 2010, realizado pelo IBGE, registrou a população de Joinville com 515.250 habitantes, representando uma taxa de crescimento anual de 1,6%, mantendo o status de cidade mais populosa de Santa Catarina, aonde a população urbana chegou a 96,59%, superando a média de urbanização no Estado que é de 78,7%. A densidade demográfica está em 454 habitantes por quilômetro quadrado.

Apresentando IDH - Índice de Desenvolvimento Humano de 0,857, Joinville ocupa a 13ª posição Nacional. O município acumulou avanço em torno de 40% em seu desenvolvimento humano a partir de 1970, onde se destacam as seguintes referências: taxa de mortalidade infantil de 8,76%, esperança de vida ao nascer de 76,6 anos, índice de pobreza em 28% e índice de desenvolvimento familiar de 0,57; e seu maior avanço nos últimos 10 anos foi registrado na dimensão longevidade (SEBRAE, 2010).

Nos aspectos educacionais, dos 123.264 alunos matriculados em 2012, sem computar os cursos universitários, a rede pública atendeu 76,42%. O índice de analfabetismo é de 1,88% e o de formação em curso superior atingiu 11,27%, em 2012 (IPPUJ, 2013).

Com base na informação fornecida pela Secretaria de Estado da Segurança Pública, Joinville obteve 263 mortes por causas violentas no ano de 2010, sendo 44,94% com ocorrência no trânsito. O efetivo de policiais não é suficiente para cobrir rondas de 24 horas em todo território; para complementar a estratégia operacional de segurança, o monitoramento eletrônico através de câmeras de vídeo está sendo ampliado na área urbana.

Enquanto os serviços de coleta de lixo, fornecimento de energia elétrica, abastecimento de água potável e telecomunicações apresentam índices que ultrapassam a média de 99% de atendimento, o sistema de esgotamento sanitário vem sendo implantado ainda em ritmo lento e atualmente atende apenas 19,28% da população (IPPUJ, 2013).

6.4 Sistema dos Fluxos Econômicos

Os primeiros movimentos econômicos do município originaram-se da agricultura e essa produziu as primeiras atividades industriais, onde se incluem os engenhos de açúcar, os moinhos de arroz, milho, mandioca e araruta. Na década de 1880 surgem as primeiras indústrias têxteis e metalúrgicas. Durante quatro décadas a produção e comercialização da erva-mate impulsionaram a economia local. Em 1926, com a aplicação do capital acumulado durante décadas pelos imigrantes, percebe-se o fortalecimento do setor metal-mecânico. Entre as décadas de 1950 e 1980, Joinville viveu um grande crescimento com o conflito mundial, quando o Brasil deixou de receber produtos industrializados da Europa. Isso fez com que o município se transformasse em um dos principais pólos industriais do país, recebendo, por isso, a denominação de “Manchester Catarinense”, referência à cidade inglesa de mesmo nome (Cunha; Bastian, 2009).

Sem perder seu forte perfil industrial, a classe comercial, de forma muito habilidosa, passou a influir e transformar o ambiente, liderando a política e direcionando suas iniciativas para a instalação das infraestruturas básicas, razão que levou a uma aceleração no processo de urbanização (Gehlen, 2011).

Impulsionado por sua história de continuado desenvolvimento, Joinville no ano de 2010 atingiu 17,46 bilhões de dólares de produto interno bruto - PIB, o que responde por 11,8% do PIB estadual. A balança comercial em 2008 apresentou um volume de exportações de 1.712.482.688 dólares com saldo comercial de 957.512.761 dólares, representando valor adicionado fiscal de 68,6% (SEBRAE, 2010).

Nos últimos cinco anos o volume de empregos obteve a taxa média anual de 6,6%, com a população economicamente ativa de 81,9%. A renda per capita atual é de 529,88 reais, onde a receita própria per capita alcança 954,01 reais (IPPUJ, 2013).

A produção rural apresenta como principais cultivos o palmito, a banana, a cana de açúcar e o arroz, com 8,96%, 4,84%, 2,81% e 1,91% da produção estadual, respectivamente. A pecuária, pouco difundida, vem apresentando gradativa redução na produção, onde se destacam a criação de caprinos, galinhas e bovinos, com 5,56%, 0,48% e 0,41% da produção estadual, respectivamente (SEBRAE, 2010).

No setor de turismo, tendo como base o ano de 2012, estima-se que Joinville recebeu 300.000 turistas, com índice médio de permanência no município de 3,61 dias; a rede hoteleira obteve taxa de ocupação de 53,02% e o gasto médio diário alcançou US\$ 82,46. Enquanto o turismo de eventos vem apresentando gradativa redução percentual, o turismo rural permanece estável sendo responsável, inclusive, por um pequeno aumento da população rural.

7 Avaliação do Planejamento Estratégico do Turismo

Para constituição do planejamento estratégico do turismo em Joinville foi acionado o Conselho Municipal de Turismo, cujo trabalho foi desenvolvido em três diferentes níveis de atuação. O trabalho individual constou de questionário preenchido pelos participantes, envolvendo as diferentes etapas do planejamento da atividade, que serviram de subsídios para as etapas seguintes. Para o trabalho em grupo, os participantes foram divididos em quatro conjuntos temáticos para construção das ideias e opiniões. A finalização deu-se em trabalho de plenário, onde cada grupo apresentou suas perspectivas aos demais participantes, que após debate foram consolidadas no plano.

Denominado Joinville Cidade das Flores, o planejamento estratégico apontou como negócio “desenvolver o turismo como atividade econômica, social e cultural” dentro da missão de “transformar Joinville em destino turístico”.

A implantação e administração do plano ficaram a cargo do próprio Conselho Municipal de Turismo, com destaque às seguintes responsabilidades: atuar como órgão deliberativo, supervisionando as ações da PROMOTUR; realizar reuniões periódicas de acompanhamento e,

semestrais, de avaliação e indicar o Diretor Presidente da PROMOTUR, órgão executor das ações propostas.

Observa-se que o Conselho Municipal de Turismo não tem atuado, sequer é ouvido ou chamado a participar da formalização das políticas para o setor. Todas as tratativas são deliberadas pela própria PROMOTUR, seguindo o pensamento do Prefeito Municipal, quando muito colhendo opinião do Joinville Costa do Encanto Convention & Visitors Bureau.

Visando identificar e planificar as avaliações realizadas, foram desenvolvidos quadros de pontuação por níveis (baixo, crítico, satisfatório, bom e ótimo) para as metas estabelecidas nas ações estratégicas e nos objetivos específicos. A pontuação é resultado do que cada meta conquistou desde que foi consolidada no planejamento estratégico do turismo, com base nos documentos pesquisados, nas entrevistas realizadas e principalmente no levantamento dos sistemas de fixos e fluxos do território turístico de Joinville.

Quadro II - Avaliação das Ações Estratégicas

CARÁTER POLÍTICO		CARÁTER TÉCNICO	
Ação	Índice	Ação	Índice
Fortalecer a Promotur e o Convention Bureau	2	Elaborar o Plano Diretor de Turismo	1
Consolidar o poder do Conselho de Turismo	1	Elaborar e implantar o Plano de Marketing	1
Conscientizar lideranças públicas e privadas	2	Aprimorar a profissionalização do setor	2
Envolver e comprometer a comunidade	1	Avaliar e pesquisar periodicamente as ações desenvolvidas	1
Viabilizar parcerias entre o poder público e a iniciativa privada	3	Solidificar a identidade "Joinville Cidade das Flores"	3

LEGENDA
 1 - Nível baixo
 2 - Nível crítico
 3 - Nível satisfatório
 4 - Nível bom
 5 - Nível ótimo

Fonte: Os Autores (2014).

Quadro III - Avaliação dos Objetivos Específicos

MERCADOLÓGICO		OPERACIONAL/SERVIÇO	
Objetivo	Índice	Objetivo	Índice
Alavancar recursos para o Convention & Visitors Bureau	3	Elaborar e implantar o Plano de Capacitação	1
Intensificar a divulgação do calendário de eventos	2	Envolver no comitê representantes de entidades	1
Elevar a participação do turismo no PIB	1	Levantar as atividades desenvolvidas	3
Aprimorar sinalização turística e de acesso	1	Levantar informações através de pesquisas mercadológicas	1
Estimular o turismo de compras, rural, receptivo, eventos e lazer	1	Estabelecer cronologia para referendar/atualizar a capacitação	1

LEGENDA
 1 - Nível baixo
 2 - Nível crítico
 3 - Nível satisfatório
 4 - Nível bom
 5 - Nível ótimo

Fonte: Os Autores (2014).

Quadro IV – Avaliação das Metas de Infraestrutura

OBRAS E SERVIÇOS			
Meta	Índice	Meta	Índice
Transformar a Expoville em pavilhão de feiras e negócios	5	Estimular a preservação do patrimônio histórico e do meio ambiente	4
Viabilizar a construção do Centro de Convenções no Centreventos Cau Hansen	5	Criar projeto turístico e ambiental do morro do Boa Vista; integrando-o como Parque Zoobotânico	1
Tratamento urbanístico na rua XV de Novembro consolidando-a como principal eixo de acesso turístico	3	Recomendar estudo de valorização urbanística do Centreventos Cau Hansen	1
Remodelar o pórtico da rua XV de Novembro em conjunto com o moinho	4	Ampliar e melhorar o aeroporto	3
Criar sinalização, paradas e estacionamentos para ônibus de turismo	2	Criar um pórtico de acesso sul	1
Revitalizar a estação ferroviária como ponto turístico	3	Implantar programa de instalação de sanitários	1
Viabilizar o portal do mar/trapiche	2	Apoiar projeto de sinalização turística da BR-101	1
LEGENDA		3 - Nível satisfatório	
1 - Nível baixo		4 - Nível bom	
2 - Nível crítico		5 - Nível ótimo	

Fonte: Os Autores (2014).

Buscando estabelecer a análise no que concerne a avaliação das estratégias nos caracteres político e técnico, a avaliação dos objetivos específicos nas esferas mercadológica e operacional, e a infraestrutura em suas metas de obras e serviços, alguns aspectos devem ser apontados, apresentando como contraponto o próprio negócio do Planejamento Estratégico do Município, que é “desenvolver o turismo como atividade econômica, social e cultural”, dentro da missão de “transformar Joinville em destino turístico”.

Sendo interesse do planejamento o desenvolvimento do turismo nos âmbitos econômico, social e cultural, impossível se faz não envolver, nesse processo, todo o trade local, buscando nele inserir a comunidade autóctone, prezando por suas características culturais.

Trata-se, inclusive, da premissa básica de proposta sustentável no âmbito do Turismo. Dentro dessa perspectiva e articulação é que se conseguirá, de alguma maneira, através de boas ações, propostas e gerenciais, a obtenção dos resultados almejados e previstos.

Não obstante, porém, o que se observa nos quadros que resultaram do estudo, em especial aqueles aspectos que tiveram resultados baixos, é que não se deu de forma efetiva a consolidação do poder do Conselho Municipal de Turismo, o que é negativo. Somente com um Conselho de Turismo apoderado é que determinadas temáticas podem ser discutidas, refletidas, participadas e colocadas em prática através das ações de governo. Da mesma forma, está latente que até o momento não há o envolvimento da comunidade e representantes de comitês.

Excluir a comunidade do processo do desenvolvimento turístico de uma localidade pode ser considerado um dos maiores entraves no desenvolvimento econômico local, justamente

porque é a sociedade a responsável pelo acolhimento e hospitalidade daqueles que, pelo turismo, trazem renda à localidade. Tal perspectiva parece demonstrar o paradoxo existente entre o discurso do planejamento e sua efetivação.

Da mesma forma, o estudo demonstrou a não elaboração de um plano diretor e de marketing, tão essenciais no processo de planejamento. Ações que norteiam são imprescindíveis num processo de aprimoramento do desenvolvimento.

Verificou-se, ainda, a ineficácia na criação de infraestruturas voltadas à implementação da atividade turística. As poucas conquistas são pontuais, com expressão na realização de eventos. A infraestrutura destinada a garantir acessibilidade aos atrativos, conforto e segurança aos turistas está longe de atender a potencialidade turística, proposta pelos aspectos histórico e cultural do município.

Tantos outros aspectos do estudo demonstraram-se críticos e carecem ser repensados, justamente pelo fato de que a proposta de planejamento compreendida dentro de uma realidade sistêmica e através da relação dos fluxos e fixos depende, exclusivamente, da integração de todas as esferas, devidamente assistidas pelas políticas públicas e colocadas em prática por ações de planejamento eficientes e eficazes.

Considerações Finais

A ausência de prioridade política para o desenvolvimento do turismo e a falta de participação do Conselho Municipal de Turismo, provocada pela própria Prefeitura, permite afirmar que a missão de “transformar Joinville em destino turístico” ainda está longe de acontecer. Fato corroborado no fraco desempenho alcançado nas avaliações das ações estratégicas e dos objetivos específicos, o que mantém estagnado a elaboração do plano diretor e do plano de marketing para o turismo.

As premissas básicas do planejamento estratégico definem que o Diretor Presidente da PROMOTUR seja sugerido pelo “trade”, o que não é respeitado, sequer colhida opinião, o que vem provocando o afastamento e o apoio dos atores da iniciativa privada. Será fundamental rever a premissa ou estabelecê-la como item importante da política pública no setor.

A interface de participação do Governo Estadual, especialmente voltada a se envolver na integração do turismo regional, através da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional, ainda é muito tímida e se fixam apenas no recebimento e aprovação de projetos de eventos que visam à alocação de recursos.

Há por parte do poder público um envolvimento para manter os eventos e os roteiros turísticos existentes, especialmente os ligados ao setor artístico, mas pouco ou quase nada é realizado para captação e criação de novos projetos, o que poderia ser conquistado com maior envolvimento regional.

Joinville conhecida como a Cidade das Flores, dos Príncipes, das Bicicletas, Manchester Catarinense e Pólo Industrial Nacional, detém um patrimônio histórico, cultural, artístico,

possuindo belezas naturais e edificadas preservadas, compondo uma paisagem turística bastante favorável ao seu desenvolvimento, o que foi observado e caracterizado nos estudos dos sistemas de fixos e fluxos. O que lhe falta é a determinação para cumprir o planejamento estratégico desenvolvido, observando a constante avaliação e adequação das metas, de forma integrada e sistêmica, para implantar e desenvolver o território turístico com adequadas ferramentas de gestão.

Referências

- ANDION, M. C.; FAVA, R. (2011). **Planejamento estratégico**. Disponível em: <www.fae.edu/publicacoes/pdf/empresarial/3.pdf>. Acesso em: 16 jun.2011.
- ANJOS, F. A. (2004). **Processo de planejamento e gestão de territórios turísticos**: uma proposta sistêmica. Tese de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da UFSC. Florianópolis.
- _____; ANJOS, S. J. G.; BARROS, R. B.; ZANCHI, C. (2005). **Processo de planejamento e gestão de territórios turísticos**: princípios norteadores de uma proposta. Revista Turismo-Visão e Ação. Itajaí.
- _____;_____; RADOS, G. J. V. (2006). **O Processo de compreensão do sistema territorial turístico para o planejamento e a gestão integrados**. Revista Turismo-Visão e Ação. Itajaí.
- ATLAS AMBIENTAL DA REGIÃO DE JOINVILLE. (2000). **Complexo hídrico da Baía da Babitonga**. Joinville.
- BALALIA, A. E. Cooperation Between. (2010). **The public and private sector-key element for travel & tourism in the context of the global economic crisis**. Tourism & Hospitality Management.
- BARRETTO, M. (2003). **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas: Papirus.
- BENI, M. C. (2006). **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph.
- _____. (2002). **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac - São Paulo.
- BERTALANFFY, L. V. (1967). **Teoria geral dos sistemas**. Petrópolis: Vozes.
- BURNS, P. M. (2004). **Tourism planning a third way?** Annals of Tourism Research. London.
- CAPRA, F. (2002). **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix.
- CRUZ, R. C.(2002). **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto.
- CUNHA, D.; BASTIAN, N. (2009). **Memória afetiva de Joinville**. Joinville: TodaLetra.
- DIAS, R. (2003). **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas.
- _____, MATOS, F. (2012). **Políticas Públicas**: princípios, propósitos e processos. São Paulo: Atlas.
- FRANÇA JR., R. T. (2002). **Levantamento de dados e informações para mapeamento geotécnico da área urbana de Joinville**. 107 fls. Dissertação (Mestrado em Engenharia Civil) – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC.
- _____. (2014). **A mobilidade turística no processo de planejamento da logística de transportes de Santa Catarina**. 253 fls. Tese (Doutorado em Administração e Turismo) – Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Biguaçu, SC.
- FRANÇA JR., R. T.; SILVA, C. (2013). **A influência da alameda Brüstlein na paisagem turística de Joinville (SC)**. Revista TURyDES, v. 06, n. 15, p. 1-12, Málaga.
- FUNDEMA, Fundação Municipal do Meio Ambiente. (2009). **Dados do ambiente natural**. Secretaria da Agricultura e Meio Ambiente de Joinville. Joinville.
- GEHLEN, J. (2011). **O século singular**: participação empresarial na formação de Joinville. Joinville: Editora Letradágua.
- GÖRRESEN, H. (2006). **Joinville**: a cidade. Joinville: Ana Paula.
- GULCAN, Y.; KUSTEPELI, Y.; AKGUNGOR, S. (2009). **Public policies and development of the tourism industry in the aegean region**. European Planning Studies. London.
- HALL, C. M. (2004). **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto.

- Sustainable Tourism**, v. 19, n. 4–5, May–June, 2011, p. 437–457.
- IGNARRA, L. R. (2003). **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- INFRAERO, Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária. (2013). **Relatório de Movimento Operacional da Rede**. Brasília.
- IPPUJ, Instituto de Planejamento e Pesquisa Urbana Sustentável de Joinville (2013). **Joinville Cidade em Dados 2013**. Joinville.
- LAI, K.; LI, Y.; FENG, X. (2006). **Gap between tourism planning and implementation: a case of China**. Tourism Management. Amsterdam: Elsevier.
- LOHAMANN, G.; PANOSSO NETO, A. (2008). **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph.
- MATURANA, R. H.; VARELA F. J. (1997). **De máquinas e seres vivos: autopoiese – a organização da vida**. Porto Alegre: Artes Médicas.
- _____; _____. (1995). **A árvore do conhecimento**. Campinas: Editorial Psy II.
- MOLINA, S. (2005). **Turismo metodologia e planejamento**. Bauru, SP: Edusc.
- MORGAN, G. (1996). **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas.
- PARADA, E. L. (2006). Política y políticas públicas. In: SARAVIA, E; FERRAREZI, E. (Org.). **Políticas públicas**. Coletânea. Brasília: ENAP, 2006. v. 1. p. 67-96.
- POLIT, D. F.; BECKER, C. T.; HUNGLER, B. P. (2004). **Fundamentos de Pesquisa: métodos, avaliação e utilização**. Porto Alegre: Artmed.
- PROMOTUR, Fundação Turística de Joinville e Região. (2013). **Dados do turismo em Joinville**. Joinville.
- RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (2006). **Planejamento turístico**. Barueri, SP: Manole.
- SEBRAE, Serviço de Apoio a Micro e Pequenas Empresas. (2010). **Santa Catarina em dados**. Florianópolis.
- SILVA, C. (2012). **A elaboração da agenda de políticas públicas na criação da Secretaria de Estado da Defesa Civil de Santa Catarina**. 135 f. Dissertação (Mestrado em Gestão de Políticas Públicas) – Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Itajaí, SC.
- SILVEIRA, M. A. T. (2003). **Turismo, políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento: um foco no Estado do Paraná no contexto regional**. Curitiba: Mídia.
- SOARES, J. G.; CARDOSO, P. F. (2008). **A avaliação e hierarquização de atrativos turísticos como ferramenta para o planejamento turístico**. São Paulo: Revista Partes.
- VALLS, J. F. (2006). **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Rio de Janeiro: Editora FGV.