VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

Plano Nacional de Turismo 2007/2010: da Análise do Conteúdo aos Desafios da Prática

Heidi Gracielle Kanitz[1]
Renata Paula Costa Trigueiro[2]
Maria Arlete Duarte de Araújo[3]
Washington José de Souza[4]

Resumo
Este artigo objetiva discutir o conteúdo dos macroprogramas criados pelo PNT 2007/2010 para o desenvolvimento da atividade turística no país com base em três categorias: o turismo como fator de inclusão, de geração de emprego e renda, e como atividade que proporciona crescimento/desenvolvimento às localidades envolvidas. Tem natureza exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa. Os dados foram coletados através da análise documental e no tratamento das informações foi utilizada a análise categorial. Dentre os resultados encontrados, verificou-se que é necessária uma verdadeira integração do poder público, da economia privada e da população local. Percebeu-se ainda que os benefícios advindos com o turismo só poderão ser atingidos a médio prazo, pois a lógica da economia mundial traçou os parâmetros atuais, onde a inclusão é para alguns e a exclusão para muitos, de modo que a maioria da população está excluída não somente das oportunidades de participar dos frutos da riqueza gerada mas também da produção da riqueza.

Palavras-chave: Plano Nacional de Turismo. Inclusão social. Emprego e renda.

Introdução

O turismo configura-se como um dos mais importantes e promissores segmentos econômicos do país, apresentando taxas de crescimento percentuais superiores à média mundial em termos de fluxo turístico receptivo, receita turística cambial e geração de empregos (OMT, 2001)

A atividade turística, assim como outras formas de atividade econômica, existe em um ambiente moldado por muitas forças distintas. Uma das forças mais importantes se manifesta através de uma rede complexa de políticas, leis, regulamentações e outras ações dos governos. Por incorporar um amplo conjunto de atividades da competência de diferentes atores e agências estatais e privados, as políticas públicas em turismo são, por excelência,

---

[1] Turismóloga graduada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRN.
[2] Turismóloga graduada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRN.
[3] Professora Doutora do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRN
[4] Professor Doutor do Programa de Pós-Graduação em Administração da UFRN

multisetoriais e, na sua implementação, tornam-se extremamente complexas. Podemos encontrar programas, projetos e atividades em outras políticas setoriais com forte rebatimento sobre o turismo, como é o caso da infraestrutura, das políticas urbanas, de desenvolvimento regional, de emprego e renda e, mais recentemente, de preservação ambiental e do patrimônio cultural.

Sendo assim, a presença de uma política nacional de turismo é importante para estabelecer as metas e direcionar o desenvolvimento do setor. Através das políticas, os governos podem articular seus objetivos para o turismo e suas preocupações com relação a seus impactos, sejam eles positivos ou negativos.

A criação do Ministério do Turismo em 01/01/2003 (Medida Provisória nº 103), primeiro dia do mandato do governo Lula, é emblemática do status conferido por este governo ao turismo na administração pública federal, uma vez que, pela primeira vez na história do país o turismo tem um Ministério todo para si. E com a criação do Ministério, foi implementado o "Plano Nacional do Turismo – Diretrizes, Metas e Programas", que estabeleceu os rumos para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil para o período 2003/2007.

Assim, como afirma Santana apud Silveira (2005, p.5)

> With the introduction of the PNT (National Tourism Policy), Brazil has for the first time a clear national policy for tourism, which had as macro strategies: the planning, development, and promotion of tourism through the articulation of the government and the private sector; the implementation of basic and tourism infrastructure; the training of human resources in tourism in general; and the decentralization and modernization of tourism administration.

Assim, o Plano Nacional de Turismo configurou-se como o principal documento no país a reger a atividade turística, apontando diretrizes para que os governos estaduais, secretarias e demais atores envolvidos pudessem nortear suas políticas públicas. As metas alcançadas e os resultados gerados através deste primeiro documento deram a base necessária para que fossem reformuladas algumas questões e, a partir disso, se construísse um novo documento, o Plano Nacional de Turismo 2007/2010. Tal plano contempla alguns assuntos antes não previstos, tais como a questão da acessibilidade para portadores de necessidades especiais, trazendo ainda modificações importantes em seu corpo metodológico e uma melhor adequação das metas à realidade do país.

Com base em um diagnóstico dos problemas enfrentados pelo setor de turismo (MTUR, 2007), foram estabelecidos objetivos gerais e específicos, dentre os quais se

destacam: desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando as diversidades regionais, culturais e naturais; promover o turismo com um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros; fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País.

O Ministério do Turismo se orienta pelas diretrizes definidas no Plano Nacional de Turismo, estruturado por um conjunto de macroprogramas e programas que alinhados com os programas e as ações do Plano Plurianual de Governo, estabelecem, segundo o documento, as condições para a sua efetivação no âmbito do governo federal. Tais macroprogramas são: Informação e Estudos Turísticos, Planejamento e Gestão, Logística de Transportes, Regionalização do Turismo, Fomento à Iniciativa Privada, Infraestrutura Pública, Qualificação dos Equipamentos e Serviços Turísticos e Promoção e Apoio à Comercialização.

Nesta perspectiva, este artigo tem por objetivo discutir o conteúdo dos macroprogramas supracitados com base em duas categorias: o turismo como fator de inclusão e como fonte geradora de emprego e renda.

Faz-se mister destacar ainda que o ensaio a ser desenvolvido neste artigo está centrado no binômio "geração de empregos e renda", bem como na discussão "turismo como fator de inclusão" por tratarem-se estes dos jargões mais utilizados em prol do turismo, seja pelo poder público, seja por defensores da atividade de um modo geral, uma vez que de fato constituem estes seus efeitos positivos mais visíveis e diretos, acorde Rabahy (2003).

A Inclusão pelo Turismo

O turismo é considerado uma atividade capitalista que interfere na organização dos espaços, de forma positiva ou negativamente. Para ordenar e minimizar esses impactos, faz-se necessário o controle do governo, da iniciativa privada e da própria comunidade onde a atividade turística está inserida. Essa atividade, enquanto produtora e produto do capitalismo contemporâneo, reproduz relações sociais excludentes. A maioria da população está excluída não somente das oportunidades de participar dos frutos da riqueza gerada, mas também da produção da riqueza (MARTINS, 2002).

A necessidade de inclusão só existe porque há exclusão. Nesse sentido, a inclusão social parte do pressuposto que há pessoas excluídas ou há fatores excludentes. Ocorre que o modelo de desenvolvimento foi planejado para concentrar riquezas e ao fazê-lo produz essa

contradição, própria do sistema, que alimenta a vida econômica, social e política (CORIOLANO, 2005).

Para Oliveira (2008, p. 93),

> o significado de inclusão social é inserir, abranger, introduzir e integrar toda a sociedade. Integrar significa ser participante, ser considerado, fazer parte de um todo em condições semelhantes. A integração requer a promoção das qualidades próprias de um indivíduo, sem segregação.

Quando a expressão inclusão social é utilizada não se considera somente os portadores de necessidades especiais, mas sim, as diferentes pessoas, sem distinção de raça, crença, condição sócio-econômica, idade, sexo, preferência sexual, etc. A inclusão social é o que pode se chamar de processo de atitudes afirmativas, no sentido de inserir os menos favorecidos no contexto social.

O turismo enquanto espaço de valorização do capital também segue a regra de inclusão/exclusão, do ponto de vista que a prática da atividade turística ainda é vista como uma atividade realizada por poucos e como um elemento superficial, o que leva a concluir que privilegiar apenas uma parcela desse fenômeno tão complexo e dinâmico pode causar problemas graves para a implantação e o desenvolvimento de um turismo articulado com outras atividades da economia, que seja sustentável e duradouro (TRIGO; NETTO, 2003). É nesse sentido que o governo propõe planos e programas para a inclusão social, a exemplo do PNT, objetivando também promover a inclusão social.

Contudo, sabe-se que a inclusão social promovida pelo turismo é uma mudança a médio prazo, pois a lógica da economia mundial traçou os parâmetros atuais, onde a inclusão é para alguns e a exclusão para muitos, visto que o modelo concentrador de riquezas possibilita para algumas pessoas e grupos o acesso a bens e serviços essenciais, à segurança, à justiça e vida política, mas ao mesmo tempo nega a muitos as condições de sobrevivência.

O Turismo e a Geração de Emprego e Renda

O turismo é uma atividade complexa, não só pela quantidade de elementos que a compõe, mas, também, pelos diversos setores da economia envolvidos. A evolução do mundo moderno, que estreitou as distâncias geográficas, principalmente pela melhoria dos sistemas de transportes e comunicações, ampliou o significado do turismo. Ele deixou de ser sinônimo

de lazer para assumir o papel de agente social, político e econômico, onde em muitos países é a força vital do desenvolvimento. Nesse sentido Wahab (1991, p.23) afirma que o turismo

> é muito mais do que uma indústria de serviços, pois o produto turístico é a composição de uma base cultural com herança histórica, meio ambiente diverso, beleza natural, paisagens atraentes, boa hospitalidade, acomodações confortáveis e uma boa cozinha.

Para Arendit (2002), o turismo é um grande gerador de empregos, visto que utiliza mão-de-obra intensiva e pelo fato de que a tendência à automação nesse setor, comparativamente ao segmento industrial, é bem menor. O Banco Mundial Brasil (2003) compartilha dessa opinião otimista, argumentando que o desenvolvimento do setor turístico pode ser particularmente apropriado para a redução da pobreza, em especial devido à grande quantidade de vagas de trabalho criadas, que em nível mundial absorvem 1 em 14 trabalhadores. Como visto, o turismo é uma atividade capaz de oferecer um rápido crescimento econômico em termos de nível de emprego, distribuição mais justa de riqueza, melhoria da qualidade de vida e incremento de alguns setores industriais ligados à atividade turística. No entanto, tais crenças e visões são passíveis de críticas.

Procedimentos Metodológicos

O presente trabalho de pesquisa se caracteriza como sendo um estudo de natureza exploratória e descritiva, de abordagem qualitativa. Os dados foram coletados a partir do Plano Nacional de Turismo 2007/2010 através da análise documental. Segundo Bardin (1977) a análise documental é aquela realizada a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos.

A análise dos dados coletados foi realizada de forma qualitativa. Para tanto, utilizou-se o procedimento metodológico proposto por Bardin (1977) em uma das técnicas da análise de conteúdo denominada análise categorial. De acordo com Roesch (1996), a análise de conteúdo classifica, categoriza palavras, frases ou mesmo parágrafos. Para Bardin (1977) a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimento, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens.

Ainda segundo Bardin (1977) a análise categorial funciona por operações de desmembramentos do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos. Entre as diferentes possibilidades de categorização, a investigação de temas, ou análise temática, é rápida e eficaz na condição de se aplicar a discursos diretos (significações manifestas) e simples.

Através desta técnica, foram criadas três categorias de análise para analisar as propostas e fundamentações do Plano Nacional de Turismo, quais sejam: turismo como fator de geração de emprego e renda; turismo como fator de inclusão, e; turismo como fator de crescimento/desenvolvimento.

Apreciação Crítica e Reflexões acerca do Plano Nacional de Turismo 2007/2010

Categoria: Turismo como fator de geração de emprego e renda

Os sujeitos produtores do turismo possuem ideologias que sustentam políticas e estratégias, posturas diferenciadas em relação ao fenômeno, perceptíveis em seus discursos e práticas. Para alguns grupos sociais, o turismo representa uma atividade redentora, enquanto outros a consideram uma ação devastadora da natureza e comprometedora da sociedade. Existem os que o entende como atividade puramente econômica, diferente daqueles que o concebe como essencialmente cultural. Por um determinado ângulo de entendimento, pode ser uma atividade concentradora de renda, ao contrário da óptica que o defende como distribuidor de empregos e ganhos (CORIOLANO, 2006). De acordo com os interesses e visões de mundo, os grupos criam sistemas de representações, de significados, produzindo os discursos, referendando as práticas sociais e estratégias políticas, embora nem sempre esses discursos tenham o mesmo sentido das práticas e os grupos não estejam coesos sobre o assunto.

Nas duas últimas décadas, foi construída uma referência discursiva sobre o turismo, levando a considerar sobre seus impactos no crescimento econômico, na geração de emprego e renda e na contribuição ao desenvolvimento. Essas idéias são repetidas e tornaram-se discurso coletivo, pois este permeou a fala dos sujeitos sociais do turismo: dos governos, empresários e mesmo das comunidades (CORIOLANO, 2006). Este é o caso do PNT 2007/2010, exemplificado nos trechos a seguir:

> "O turismo é uma atividade de importância fundamental para o crescimento da economia do País devido não somente a sua contribuição significativa para o

> aumento do PIB, como também pela potencial capacidade de geração de trabalho, ocupação e renda, com impactos na melhoria da qualidade de vida da população".
>
> "Entre as contribuições mais expressivas decorrentes do desenvolvimento do turismo no quadriênio 2007/2010, que terão uma grande repercussão no desenvolvimento socioeconômico do País, destacam-se a geração de US$ 25,3 bilhões em divisas e a criação de 1,7 milhão de novos empregos e ocupações, de acordo com as metas traçadas pelo Plano Nacional de Turismo".
>
> "Nos anos de 2003 a 2006, foram gerados pela atividade turística no Brasil 891.000 empregos, formais e informais, o que indica que a meta de geração de 1,7 milhão de empregos e ocupações, até 2007, definida no Plano Nacional de Turismo 2003/2007, deverá ser alcançada com segurança".

Com relação à meta referente à geração de 1,7 milhão de empregos e ocupações, deve-se atentar para dois fatores. A começar, coloca-se em xeque a questão do elevado nível de educação e qualificação exigidos pelas atividades profissionais relacionadas ao turismo, o que, dentro de uma conjuntura de subdesenvolvimento, como é o caso brasileiro, pode não gerar os benefícios esperados. Afinal, como seriam beneficiados os mais pobres, que além da baixa renda, não têm acesso a uma educação formal? No Brasil, o censo realizado em 2000 pelo IBGE registra que mais de 8 milhões de pessoas entre 15 e 59 anos de idade, dentro de um total de cerca de 146 milhões de entrevistados, são analfabetas ou possuem menos de um ano de instrução (IBGE, 2005).

Em segundo lugar, não se verifica a existência de estudos que comprovem que a formação profissional requerida para o desempenho das atividades turísticas implica, além da melhoria do nível de qualificação da mão-de-obra, uma melhor remuneração do setor pelos ganhos de produtividade obtidos. Muito pelo contrário. Baseando-se em dados fornecidos pela OMT, Sancho (1998) assevera que as ocupações ligadas ao turismo, ao passo que exigem um elevado número de horas de trabalho semanais, oferecem baixa remuneração comparativamente a outros segmentos econômicos. Entre outras características apontadas pelo autor, se incluem ainda o grande número de trabalhadores temporários; a destacada participação feminina nos postos de trabalho inferiores e baixo percentual de mulheres em cargos de maiores responsabilidades; o elevado número de trabalhadores clandestinos; e a grande presença de jovens e estrangeiros (SANCHO, 1998).

O discurso governamental apresenta o turismo como algo do interesse de todos, e a falácia de que todos ganham com o turismo é superficial e mantida apenas na aparência, pois, na essência do fenômeno, verifica-se que há contradições, pois muitos trabalhadores são

explorados. Poucos discursos governamentais são acompanhados de práticas com políticas compatíveis, muitos são elaborados para ficar na retórica e causar efeitos ideológicos, de acordo com Coriolano (2006).

Nieves (2005, p. 12) afirma que a maneira mais inteligente de manter as pessoas apáticas, passivas e obedientes no turismo "tem sido a ação de divulgar as cifras dos fluxos de turistas, divisas, investimentos e empregos, o qual se reforça ampliando os dados e repetindo-os continuadamente". Aristóteles já advertia quanto "ao poder da palavra e as muitas máscaras usadas em nome da legitimação política" (RAMOS, 1989, p. 89).

Percebe-se que a influência exercida pelos discursos sobre a população revela traços de uma política cognitiva, quando a mesma é definida como "o uso consciente ou inconsciente de uma linguagem distorcida, cuja finalidade é levar as pessoas a interpretarem a realidade em termos adequados aos interesses dos agentes diretos e/ou indiretos de tal distorção" (RAMOS, 1989, p. 87). Barreira (2002, p. 66) reafirma tal proposição quando coloca que "o discurso do poder é constituído de modo a tornar as palavras efeitos de realidade". Assim, governos e empresários passaram a difundir uma ideologia de que o turismo seria um caminho de desenvolvimento.

Cruz (2001) reitera afirmando que tal modelo de desenvolvimento, ao qual se sujeita também o turismo, é concentrador de renda, excludente e perpetuador das desigualdades sócio-espaciais, e o turismo, inserido nesse modelo, reproduz, tal como qualquer outra atividade econômica, contradições do sistema.

Categoria: Turismo como fator de inclusão

A inclusão social ocupa lugar de destaque no Plano Nacional de Turismo 2007/2010. Em várias metas o objetivo principal de promover a inclusão social é explicitado. Em relação à intenção de garantir o acesso ao turismo para aposentados, trabalhadores e estudantes, através de roteiros e pacotes financiados em condições facilitadas. Tal afirmação pode ser verificada no trecho a seguir:

> "O turismo, sobretudo, vai cumprir sua função social. Chegou a vez do turismo de inclusão. Uma inclusão na mais ampla acepção da palavra: inclusão de novos clientes para o turismo interno, inclusão de novos destinos, inclusão de novos segmentos de turistas, inclusão de mais turistas estrangeiros, inclusão de mais divisas para o Brasil, inclusão de novos investimentos, inclusão de novas oportunidades de qualificação profissional, inclusão de novos postos de trabalho

> para o brasileiro. Inclusão para reduzir as desigualdades regionais e para fazer do Brasil um país de todos."

A inclusão de novos clientes no turismo brasileiro com a realização de 217 milhões de viagens no mercado interno, emerge no PNT da seguinte forma:

> "(...) multiplicar as oportunidades para que milhões de brasileiros possam ampliar seu olhar para dentro do Brasil. (...) trata-se agora de colocar o lazer turístico na cesta de consumo da família brasileira (...)".
>
> "(...) O lançamento de pacotes diferenciados com preços promocionais para que aposentados, trabalhadores de baixa renda e estudantes possam comprar pacotes turísticos é uma medida, entre tantas outras, que tem profundo impacto no aquecimento do mercado turístico na baixa estação".
>
> "(...) Essa prioridade pela inclusão social, por meio do fortalecimento do mercado interno, é boa para todo mundo. É boa para o aposentado, que terá facilidade de viajar e curtir a melhor idade de forma merecida. É boa para o trabalhador, que poderá propiciar à sua família a abertura de novos horizontes que o turismo oferece. É boa para os estudantes, que poderão conhecer os lugares, monumentos, prédios, cidades e manifestações culturais que hoje só conhecem por meio dos livros escolares e dos meios de comunicação. É boa para o trade, que vai ter o mercado interno aquecido o ano inteiro. É boa para quem está desempregado e poderá ganhar uma oportunidade de qualificação e renda. E é boa também para o governo, que estará, assim, fortalecendo a sua política de inclusão social".

Questiona-se, a partir de tais afirmativas, que tipo de inclusão é esta pretendida pelos atores e órgãos governamentais. Cabe ressaltar que o turismo, por ser uma atividade capitalista, segue a regra de inclusão/exclusão, reproduzindo relações sociais excludentes. A maioria da população está excluída não somente das oportunidades de participar dos frutos da riqueza gerada, mas também da produção da riqueza. No entanto, esta realidade pode vir a ser modificada. Nesse sentido, Ruschmann (1997) defende que o turismo deve ser incorporado às conquistas sociais fundamentais por ajudar a fortalecer a identidade do povo e contribuir para a paz ao integrar diferentes culturas.

Outra esfera da inclusão social proposta pelo PNT é a de novas oportunidades de qualificação profissional e a inclusão de novos postos de trabalho para o brasileiro.Para poder criar novos empregos é necessário promover a qualificação, tanto dos equipamentos quanto dos serviços turísticos:

> "A qualidade dos produtos turísticos está intrinsecamente associada à qualificação dos serviços prestados. O padrão de qualidade desejado deve estar referenciado na satisfação dos consumidores e nos pressupostos do turismo sustentável (…)".
>
> "(...) o que implica estabelecer uma política que estimule a melhoria contínua da qualidade e segurança dos serviços prestados".

O Plano Nacional de Turismo em questão traz uma série de estratégias e medidas que representam um importante estímulo ao mercado interno. São propostas que abrem as portas do turismo nacional para que os brasileiros possam se beneficiar desse mercado seja como turista, empregado, prestador de serviço, empresário. Através de cursos de qualificação profissional, da geração de novos empregos, da incorporação das camadas de mais baixa renda como clientes do mercado turístico, bem como pela adoção de políticas segmentadas para aposentados, trabalhadores e estudantes, o turismo poderá ser um grande indutor de inclusão social. Entretanto, sabe-se que esta inclusão social proposta pelo plano e promovida pelo turismo é uma mudança em médio prazo. Portanto, o processo de inclusão é um trabalho que deve ser realizado de forma intensificada para que possam se concretizar os objetivos propostos.

Considerações Finais

A importância do turismo na economia mundial tem se tornado inquestionável, devido aos índices de geração de divisas e renda. Porém, sua importância vai muito além do significado econômico, fazendo-se necessário pensar o turismo como ferramenta transformadora de uma localidade. No entanto, tais benefícios nem sempre serão tão expressivos quanto o esperado devido à própria conjuntura sócio-econômica vigente de primar pelo progresso econômico e acumulação de capital, em detrimento do progresso e desenvolvimento humano. Destarte, o turismo só será justo quando a sociedade for justa.

O Plano Nacional de Turismo 2007/2010 apresenta diversas propostas para a geração de novos empregos e renda, mas sabe-se que apesar da quantidade de empregos gerados pelo turismo, a remuneração para a classe trabalhadora é relativamente baixa, comparada com os ganhos diretos da iniciativa privada. Nesse sentido, faz-se necessário pensar numa distribuição mais igualitária da renda advinda com o turismo.

As propostas do PNT referentes à inclusão social fazem com que o turismo possa ser um grande fator de inclusão social se realmente conseguir colocar em prática as propostas estabelecidas pelo plano, que contribuem para a inclusão em todos os sentidos da palavra. No entanto, como foi discutido anteriormente, sabe-se que o turismo por ser um produto do capitalismo produz naturalmente relações sociais excludentes.

Objetivos aparentemente comuns, como erradicar a pobreza e redistribuir a renda, podem entrar em contradição, especialmente se não há uma orientação comum, indicando as escolhas estratégicas de política social, de turismo e de política econômica. Assim, urge a necessidade de atenção ao planejamento, à integração de políticas e ao diálogo entre os diversos atores que compõem a atividade turística, visto que a nova inserção internacional de economias – dentre elas a do turismo – e a maneira pela qual ela se realiza tende a ampliar a pobreza e a acentuar as desigualdades sociais, de acordo com Salama (2002).

É oportuno ressaltar, que não se pretendeu esgotar o assunto com este labor, mas antes dar um necessário passo em direção a uma maior discussão em torno de um tema sem dúvida polêmico, porém que deve permear os debates de todos os agentes envolvidos, sejam quais forem: setor público, iniciativa privada e população autóctone.

Nenhuma atividade econômica pode ter um fim em si mesma. Logo, o turismo não tem valia enquanto não promover a equalização social e a expansão das oportunidades e capacidades humanas, tanto dos visitantes como dos visitados.

Referências

ARENDIT, E. J. *Introdução à economia do turismo.* 3.ed. Campinas: Alínea. 2002.

BANCO MUNDIAL BRASIL. *Brasil:* crescimento e redução de pobreza no Rio Grande do Norte: memorando econômico sobre o Estado. Brasília: Banco Mundial, 5 dez. 2003. Disponível em:< http://www.obancomundial.org >. Acesso em: 31 mar. 2005.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo.* Lisboa: Edições 70, 1977.

BARREIRA, I. A. F. Pensamento, palavras e obras. In: CORIOLANO, L. N. M. T. *O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza.* São Paulo: Annablume, 2006.

BRAMWELL, B. Selecionando instrumentos de política para o turismo sustentado. In: THEOBALD, W. F. (org.). *Turismo global.* 2.ed. São Paulo: Senac, 2002, p.375-391.

CORIOLANO, L. N. M. T. *O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza.* São Paulo: Annablume, 2006.

_____. A exclusão e a inclusão social e o turismo. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.* Espanha. v.3, n.2, p. 295-304. 2005.

CRUZ, R. C. *Política de turismo e território.* 2.ed. São Paulo: Contexto, 2001.

DANTAS, A. V. S. *El comportamiento de compra y el proceso de toma de decisión del turista que visita Natal, Brasil.* 2001. 201 f. Dissertação (Mestrado Internacional em Turismo) – Departamento de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Gran Canaria, 2001.

EMBRATUR. *Estatísticas básicas do turismo.* 2008.

FERNANDES, I. P.; COELHO, M. F. *Economia do turismo:* teoria e prática. 2.reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Censo demográfico 2000.* Disponível em:< http://www.ibge.gov.br >. Acesso em: 02 dez. 2005.

MARTINS, J. S. *A sociedade a beira do abismo.* Petrópolis: Vozes, 2002.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo sustentável e o Alívio da pobreza no Brasil: reflexões e perspectivas.* 2005.
_____. *Plano nacional de turismo 2007/2010:* uma viagem de inclusão. Brasília: MTur, 2007.
MOCHON, F.; TROSTER, R. L. *Introdução à economia.* São Paulo: Makron Books, 1994.
NIEVES, S. G. *El desarrollo turístico imaginado:* Ensayos sobre un destino mexicano de litoral. México: Universidad de Guadalajara, 2005.
OLIVEIRA, H. V. A prática do turismo como fator de inclusão social. *Revista de Ciências Gerenciais.* São Paulo. v.12, n.16, p. 91-103. 2008.
OLIVEIRA, P. S. *Introdução à sociologia.* 24.ed. São Paulo: Ática, 2002.
ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Desenvolvimento de turismo sustentável:* manual para organizadores locais. 1998.
_____. *Barómetro OMT de turismo mundial.* Madri: OMT, v.3, n.2, jun. 2005. Disponível em: < http://www.world-tourism.org.br > Acesso em: 3 out. 2005.
RABAHY, W. A. *Turismo e desenvolvimento:* estudos econômicos e estatísticos no planejamento. Barueri: Manole, 2003.
RAMOS, A. G. *A nova ciência das organizações:* uma reconceituação da riqueza das nações. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1989.
ROESCH, S. M. A. *Projeto de estágio do curso de administração.* São Paulo: Atlas, 1996.
RUSCHMANN, D. *Turismo e planejamento sustentável:* a proteção do meio ambiente. Campinas, SP: Papirus, 1997.
SALAMA, P. Novas formas da pobreza da América Latina. In: GENTILI, P. *Globalização excludente:* desigualdades, exclusão e democracia na nova ordem mundial. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p.180-222.
SANCHO, A. *Introducción al turismo.* Madri: OMT, 1998.
SANTANA, G. An overview of contemporary tourism development in Brazil. In: SILVEIRA, C. E. *Government policies and the development and management of tourism destinations:* a case study of the brazilian policies. Disponível em: < http://www.esade.es/cedit2005/cas/est_papers.php > Acesso em: 18 abr. 2008
SILVEIRA, M. A. T. Planejamento territorial e dinâmica local: bases para o turismo sustentável. In: RODRIGUES, A. B. (org.). *Turismo e geografia:* reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1999, p.87-98.
TRIGO, L. G. G.; NETTO, A. P. *Reflexões sobre um novo turismo, política, ciência e sociedade.* 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003.
WAHAB, S-E. A. *Introdução à administração do turismo:* alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional – teoria e prática. 3.ed. São Paulo: Pioneira, 1991.