

Planejamento do Turismo no Brasil entre 2003 e 2007

Francisco Antonio dos Anjos¹
Aline Patrícia Henz²

Resumo

Este trabalho descreve a importância das políticas públicas de turismo para conduzir as ações de planejamento da atividade. Tais políticas tornaram-se visíveis no Brasil a partir da criação do Ministério do Turismo em 2003, sendo assim, o objetivo principal desta pesquisa foi apresentar o planejamento do turismo no Brasil no período entre 2003 e 2007, utilizando como ferramentas metodológicas além da pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental, por meio da análise do Plano Nacional de Turismo (PNT) 2003/2007 e do Programa de Regionalização Turística – Roteiros no Brasil. Este último foi lançado em 2004, substituindo o antigo Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT). Como resultado principal foi evidente que as metas PNT 2003/2007 não foram atingidas e que seus objetivos foram abrangentes e determinados somente pela vertente quantitativa, sendo assim, esta pesquisa aponta as falhas do planejamento no período selecionado, auxiliando na construção de futuras ações para o turismo no Brasil.

Palavras-chave: Turismo. Planejamento. Políticas. Brasil.

1. Introdução

A característica do turismo mudou visivelmente na década de 50, com a democratização das férias e do lazer e com o incentivo à prática do ócio que recebeu o título de “turismo de massa”, momento em que percebeu-se a necessidade da intervenção estatal para conduzir a atividade. No Brasil, esta intervenção foi visível somente com a criação do Ministério do Turismo, em 2003, momento que evidenciou a direção do planejamento e a existência de uma política pública como base referencial da atividade, conforme Cruz e Sansolo (2003, p. 03), “o planejamento é o processo e a política pública é o posicionamento da administração pública frente a um aspecto da vida social em um dado momento”. Neste sentido, entende-se a obrigatoriedade das políticas públicas para guiar o planejamento, crescimento, desenvolvimento e gestão de localidades e empreendimentos turísticos. De acordo com Cooper *et al.* (2003), a

¹ Doutor em Engenharia da Produção (UFSC). Professor e Pesquisador nos Programas de pós-graduação de Mestrado em Turismo e Hotelaria e Doutorado em Administração e Turismo na Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Contato: fsanjos@terra.com.br

² Mestre em Turismo e Hotelaria (UNIVALI). Docente do curso de Turismo na Faculdade Estadual de Ciências Econômicas de Apucarana – FECEA. Contato: alinepatriciah@yahoo.com.br

intervenção do Estado na atividade turística tem como principal objetivo potencializar os benefícios econômicos e sociais proporcionados pelo turismo. Em resultado da natureza compósito do produto turístico e do elevado grau de fragmentação da indústria, o setor privado não tem capacidade para desenvolver determinadas ações pelo que é fundamental o papel desempenhado pelo Estado. A natureza da intervenção do Estado tem vindo a sofrer alterações, assumindo-se, cada vez mais, como coordenador.

A partir deste contexto, com a presença do estado na atividade turística, o objetivo do trabalho foi apresentar o planejamento do turismo no Brasil no período entre 2003 e 2007, caracterizando-se metodologicamente como uma pesquisa qualitativa, utilizando como ferramentas além da pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental por meio da análise do Plano Nacional de Turismo (PNT) 2003/2007 e do Programa de Regionalização Turística – Roteiros no Brasil. O conteúdo foi estruturado descrevendo detalhadamente o PNT 2003/2007, apontando seus principais objetivos, metas e resultados, e posteriormente faz uma breve apresentação da situação do Programa de Regionalização Turística até o ano de 2007.

2. Planejamento do Turismo no Brasil

O planejamento do turismo atualmente está direcionado para a regionalização, introduzida como um dos macro-programas da Política Nacional de Turismo 2007/2010, para Medaglia *et al.* (2008, p. 3),

internacionalmente, o cenário turístico segue sendo marcado pela forte influência da globalização, com padrões, idiomas, moedas e empresas que perpassam nações e fronteiras gerando tendências padrões multinacionais que interferem em todo desenvolvimento turístico mundial.

Estas influências direcionaram uma nova leitura do turismo no Brasil, primeiramente, a descentralização de outras políticas sociais estimulou o governo federal a delegar as funções do turismo aos municípios e, além disso, o modelo mundial de planejamento do turismo está focado atualmente na distribuição de competências e união de forças por meio de roteiros, circuitos e pólos turísticos. A primeira versão da descentralização foi marcada pelo Plano Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT, na década de 90, que pode ser considerada a primeira

demonstração estável do turismo e, em seguida, foi lançada a Política Nacional de Turismo (1996/1999), baseada na modernização da gestão turística e na cooperação público-privada (Medaglia *et al.*, 2008).

O Plano Nacional de Municipalização do Turismo, implantado em 1994, que de acordo com Cruz (2005), buscou o planejamento participativo e a gestão local do turismo, delegando aos municípios a responsabilidade do desenvolvimento de suas localidades turísticas, enquanto que o governo federal passou a representar um organizador e orientador de tomada de decisões. Este plano foi instituído seguindo também o cenário político nacional daquele momento, sobre o processo de descentralização das políticas sociais brasileiras. Beni (2006, p. 26) explica que o PNMT foi criado,

com o objetivo principal de melhorar o produto turístico brasileiro por meio da conscientização dos municípios e de seus habitantes acerca dos benefícios econômicos que o turismo poderia aportar, bem como da descentralização das atividades de planejamento.

O entendimento do turismo no Brasil certamente mudou substancialmente com a atribuição de competência de gestão da atividade para os municípios, porém, percebeu-se que a falta de relações políticas entre partidos municipais, estaduais e federais; a falta de informações mais específicas para gerenciar a atividade e o fato de que municípios isolados de grandes centros não conseguiam aplicar o plano, foram motivos visíveis que causaram descontinuidade do PNMT.

Em verdade, não houve total descontinuidade, uma vez que depois do PNMT o discurso institucional do turismo foi fortificado, houve a partir de então o reconhecimento de que era necessária uma nova estratégia política para gerenciar o setor, mas ainda com suporte na descentralização. Sendo assim, a nova proposta para o turismo surgiu, a partir de 2003, com foco nas regiões turísticas e posicionamento contínuo ao processo de descentralização do país. Foi com a criação do Ministério do Turismo, juntamente com o lançamento do PNT 2003/2007 e, em 2004 com a apresentação do Programa de Regionalização Turística – Roteiros do Brasil, que o turismo foi realmente reconhecido como tendência para fortalecer a economia nacional. A Figura 1 caracteriza os dois principais momentos das políticas de turismo no país.

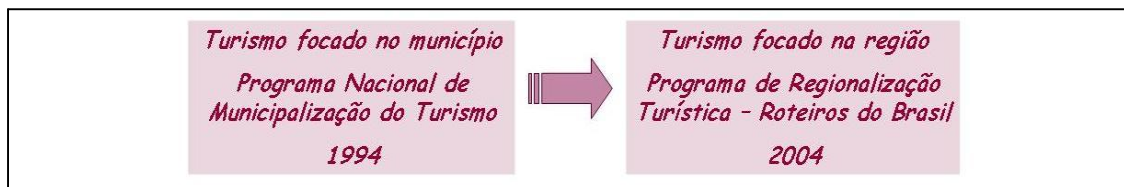


Figura 1: Caracterização das políticas de turismo no Brasil.

Fonte: Henz, 2009, p. 62.

A criação do Ministério do Turismo atendeu às reivindicações do setor turístico para conciliar as ações políticas da atividade à iniciativa privada, desenvolvendo o turismo como uma atividade econômica sustentável, inovando na condução de políticas públicas com um modelo de gestão descentralizado, orientado pelo pensamento estratégico.

2.1 Plano Nacional de Turismo 2003/2007

O governo federal, no dia 29 de abril de 2003, lançou o Plano Nacional de Turismo contendo objetivos, diretrizes, metas e programas para a atividade, vigorando de 2003 até 2007. A principal diferenciação deste plano em relação ao anterior e demais programas antes criados para a atividade turística foi que no mesmo período do lançamento do PNT 2003/2007 foi também criado o Ministério do Turismo, atuando como "articulador do processo de integração dos mais diversos segmentos do setor turístico" (Ministério do Turismo, 2003, p. 06). A mensagem inicial do Presidente da República apontou o turismo como segmento da economia que pode atender de forma mais completa e de maneira mais rápida os desafios do crescimento e desenvolvimento do país, tais como geração de empregos, equilíbrio da balança comercial e melhora da infra-estrutura básica por meio dos subsídios e financiamentos do turismo. Entende-se neste discurso governamental que o turismo é visto como o "salvador da pátria", considerando todas as contribuições sociais, políticas e econômicas à que se aufere a responsabilidade das estatísticas do setor, porém, conforme Cruz e Sansolo (2003), este é o risco que um plano não deve arriscar, principalmente no caso específico deste plano e da própria atividade turística, que necessitam de tempo para validar seus benefícios,

[...] ao contrário, o que se pode perceber em diversas partes do Brasil e do mundo é que o turismo segue a mesma lógica de produção industrial capitalista e,

portanto também produz pobreza, exclusão social e espacial, degradação ambiental entre outros problemas (Cruz & Sansolo, 2003, p. 5).

Certamente essa negligência em relação ao território existe, mas por outro lado, a política e conseqüentemente o plano de turismo deve atentar para tais aspectos, envolvendo as políticas sociais afins para criar metas e diretrizes concentradas na qualidade dos destinos, antes de preocupar-se com estatísticas, como é apresentado o PNT 2003/2007. Como garantia de cumprimento de metas quantitativas, normalmente são utilizadas como ferramenta de gestão as políticas de fomento, que para Hall (2001), não são sinônimo de planejamento, visto que o fomento não é articulado em longo prazo e conduz à massificação do turismo, estimulando apenas crescimento e inibindo o desenvolvimento principalmente relacionado à sustentabilidade.

Ainda na mensagem inicial, é possível visualizar de modo geral o que se pretendia com a elaboração do plano naquele momento, buscando construir a atividade com esforços coletivos por meio da interação entre os setores público e privado e com a visão compartilhada dos processos,

o Plano Nacional deve ser o elo entre os governos federal, estadual e municipal; as entidades não governamentais; a iniciativa privada e a sociedade no seu todo. Deve ser fator de integração de objetivos, otimização de recursos e junção de esforços para incrementar a qualidade e a competitividade, aumentando a oferta de produtos brasileiros nos mercados nacional e internacional (Ministério do Turismo, 2003, p. 06).

O PNT foi visto como o instrumento de planejamento do Ministério do Turismo, com objetivos, metas e programas que nortearam as ações durante o período vigente, entendido um modo de visualizar o que governo federal pretendia para a atividade, segundo Acerenza (2002, p.154),

o planejamento público pode ser definido como um processo racionalizador e indispensável, realizado pela administração pública para organizar e coordenar os recursos disponíveis, com vistas a conquistar o bem-estar e a satisfação das necessidades dos cidadãos e o progresso da coletividade.

Na criação da proposta do plano, houve participação de dirigentes estaduais de turismo, de entidades não governamentais e representantes do setor privado, período em que foram reformulados o Conselho Nacional do Turismo e os Fóruns Estaduais, para estabelecer a

permanente comunicação com as necessidades advindas das regiões, municípios e destinos turísticos. Destacou-se a regionalização com a finalidade da interiorização e segmentação turística e também a desconcentração de renda, seguindo a metodologia de descentralização dos processos políticos. Além destes, outros itens foram apresentados como prioridades do plano, como segurança pública; sustentabilidade dos patrimônios natural e cultural; a atuação do turismo como meio de valorização social e satisfação individual com políticas de lazer; qualificação profissional do setor; inserção no mercado internacional; investimentos em *marketing* e políticas de facilitação para entrada de estrangeiros.

O diagnóstico levantado pelos principais dirigentes de turismo designados conforme cada localidade, concluiu que o Brasil, “apesar dos avanços obtidos nos últimos anos, estava (e ainda está) longe de ocupar um lugar no cenário turístico mundial compatível com suas potencialidades e vocações” (Ministério do Turismo, 2003, p. 17). Outro resultado do diagnóstico foi que a falta de articulação entre os setores governamentais tem gerado políticas descontínuas, pois os recursos (escassos) destinados ao setor não atingiram objetivos comuns, tornando imprescindível a atenção das ações do governo federal neste sentido.

O plano ressaltou ainda que todas as ações deveriam estar direcionadas a dois pressupostos básicos: a ética e a sustentabilidade conduzida por vetores de governo: redução das desigualdades regionais e sociais; geração e distribuição de renda; geração de emprego e ocupação e equilíbrio na balança de pagamentos. Em vários momentos o plano aponta para as diversidades regionais e culturais como meio de comercialização do produto turístico brasileiro, com estes dois focos tanto como alternativa em curto prazo, como estratégia de sustentabilidade dos destinos. Sobre os objetivos propostos pelo PNT 2003/2007, seguem:

OBJETIVOS GERAIS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>a) Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais;</p> <p>b) Estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.</p>	<p>a) Dar qualidade ao produto turístico;</p> <p>b) Diversificar a oferta turística;</p> <p>c) Estruturar os destinos turísticos;</p> <p>d) Ampliar e qualificar o mercado de trabalho;</p> <p>e) Aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional;</p> <p>f) Ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional;</p> <p>g) Aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista.</p>

Quadro 1: Objetivos do PNT 2003/2007.

Fonte: PNT 2003/2007, p. 22.

Os objetivos descritos foram abrangentes se comparados à realidade do turismo no Brasil, em alguns momentos, o plano assume os pontos fracos e as dificuldades do setor, todavia, objetivos como diversificar a oferta turística e ao mesmo tempo estruturar os destinos, tornam-se complexos para uma atividade que ainda não consegue atingir um grau de organização formal, fato até justificável devido à extensão territorial do país, se comparado aos minúsculos países europeus (Cruz & Sansolo, 2003). A oferta turística que o Brasil oferece já é altamente competitiva e está crescendo, muitas vezes, de maneira independente e espontânea, portanto, o plano deveria salientar, entre estes dois aspectos, somente a estrutura de seus destinos, pois atingir a oferta e a estrutura em apenas quatro anos é utópico para um setor que recentemente criou um Ministério próprio e está construindo seus métodos de mediação, intervenção e avaliação enquanto Estado.

Para atingir os objetivos e demonstrar resultados, foram apresentadas cinco metas para os quatro anos de aplicação do plano, sendo elas:

- a)** Criar condições para gerar 1.200.000 novos empregos e ocupações;

Estes empregos seriam criados com captação de investimentos e por meio da oferta de crédito com linhas de financiamento, porém, não foram mencionados quais são os bancos ou fontes que oferecem este suporte. O Plano cita ainda que o resultado desta meta deveria gerar investimentos na economia de cerca de 12 bilhões de reais, contudo, não apresenta embasamento para este número, assim como não sugere um prospecto do crescimento dos números que o turismo representa para a economia.

- b)** Aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil;

Para esta meta é necessário além do aumento do fluxo de turistas, aumentar o tempo de permanência e o gasto médio por visitante, porém, esta meta não foi atingida, pois o Anuário Estatístico da EMBRATUR de 2008 confirmou o total de 5.025.834 turistas estrangeiros no país. No lançamento no PNT, a estatística de 2002 apresentava 3,8 milhões de estrangeiros, desse modo, percebe-se que de 2003 a 2007 houve um aumento médio de apenas 1,2 milhões na entrada de visitantes estrangeiros.

c) Gerar 8 bilhões de dólares em divisas;

Esta meta apresenta as mesmas indagações da meta de geração de empregos e ocupações, pois não sugere dados concretos ou entidades fortemente articuladas para sua viabilização.

d) Aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos vôos domésticos;

Esta meta propõe o fortalecimento do turismo interno, contudo, dois aspectos devem ser verificados, os transportes aéreo e rodoviário. O plano até afirma que são necessárias reformas em aeroportos de pequeno porte, o que não está evidente é a realidade das empresas aéreas nacionais, que ainda não oferecem condições financeiras voltadas à realidade econômica do consumidor interno para viagens freqüentes, principalmente devido à falta de competitividade e incentivo do governo para entrada de novas empresas do setor aéreo. Sobre o transporte rodoviário, o plano diz que “o fortalecimento do mercado interno vai impactar também positivamente os números do deslocamento rodoviário” (BRASIL, PNT, 2003, p. 30). Esta citação não é compatível com a verdadeira situação das rodovias brasileiras, caracterizadas pela falta de conservação, sinalização e fiscalização (NOIA *et al.*, 2007, p. 30), ou então, as rodovias em bom estado de conservação são as privatizadas, que na cobrança de pedágio aumentam o custo das viagens.

e) Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada estado;

Durante todo o plano está em evidência a importância da regionalização do turismo, e nesta meta, percebe-se que repassando tanto para as unidades federativas quanto aos municípios a responsabilidade de ofertar regiões competitivas, torna-se a melhor estratégia para o

crescimento dos mercados interno e externo e, certamente, a única meta compatível com a realidade do turismo e possível de ser implantada.

Estas metas, ao mesmo tempo em que são lógicas em quantificar suas pretensões, não comprovam a realidade apresentada e a desejada, “percebe-se, claramente, a insuficiência de dados como, por exemplo, a participação real do turismo no PIB brasileiro e a participação efetiva da iniciativa privada (*trade*)” (Noia *et al.*, 2007, p. 29).

Para Noia *et al.* (2007) o plano não apresenta uma metodologia explícita, é relatado que houve a participação de entidades, instituições e empresas, mas não foi realizado nenhum método para validação destes resultados, assim como os representantes, ao que indica, foram selecionados de maneira aleatória.

2.2 Programa de Regionalização Turística – Roteiros do Brasil³

Este programa foi lançado oficialmente pelo governo federal em 2004, um ano após a implantação do PNT 2003/2007. O processo da regionalização aplicou um novo modelo de desenvolvimento do turismo no Brasil, buscando a integração de municípios, fortificando as regiões e criando Roteiros Turísticos. O planejamento regional é uma forma de minimizar alguns aspectos negativos que envolvem o território e a organização econômica, social, educacional dentre outros relevantes aspectos referentes ao planejamento do espaço público, conforme Bahl (2000, p. 17),

a região turística poderia ser considerada como uma região alicerçada em elementos naturais e nos provenientes da intervenção humana evidenciados na existência de um legado cultural, equipamentos e instalações que associados aos fluxos turísticos poderiam acarretar equilíbrios e desequilíbrios, podendo até se consolidar em regiões previamente estabelecidas.

Para viabilização do Programa de Regionalização foram realizadas, em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal, entre 15 de março e 07 de abril de 2004, Oficinas de Planejamento e Definição de Estratégias. Nestas oficinas foi possível identificar e apresentar o primeiro mapeamento da regionalização, com 219 regiões turísticas, inserindo 3.203

³ O Programa seguiu as orientações do PNT 2003/2007, fundamentado no Macro Programa 4 – Estruturação e Diversificação da Oferta Turística.

municípios/distritos brasileiros, descrevendo também as necessidades e potencialidades de cada uma das regiões (Ministério do Turismo, 2004). A cada ano este mapeamento regional é alterado, o Quadro 2 apresenta essa evolução até 2007:

ANO	REGIÕES	MUNICÍPIOS	ROTEIROS
2004	219	3.203	
2005	200	3.819	
2006	149	1.207	396
	116 prioritárias	474 prioritários	87 prioritários
2007	59 prioritárias	740 prioritários	65 destinos prioritários

Figura 2: Evolução da regionalização turística no Brasil.

Fonte: Henz, 2009, p. 74.

De 2004 para 2005, cresceu o número de municípios enquanto que as regiões turísticas foram reduzidas. Já em 2006, foram apresentados no Salão de Turismo 396 roteiros, que antes não eram identificados, envolvendo 149 regiões turísticas e 1.207 municípios, sendo que 116 dessas regiões, 474 municípios e 87 roteiros foram considerados prioritários, buscando alcançar padrão de qualidade internacional. Em 2007 foram criados os 65 destinos indutores para o desenvolvimento do turismo, com abrangência em 740 municípios e 59 regiões turísticas. Destes 65 destinos indutores, 23 estão na região Nordeste, 12 no Sudeste, 10 no Centro-Oeste, 11 no Norte e 9 no Sul.

A administração e coordenação do programa são organizadas, com a seguinte estrutura: Ministério do Turismo (Conselho Nacional de Turismo) em âmbito nacional; Órgão Oficial de Turismo da UF (Fórum Estadual de Turismo) em âmbito estadual; Instância de Governança Regional em âmbito regional e Órgão Municipal de Turismo (Colegiado Local) em âmbito municipal. Um aspecto preocupante na formação de regiões é o fato de que os municípios estão buscando a inclusão em roteiros turísticos, muitas vezes, deslumbrados com a expectativa econômica da atividade turística, principalmente porque a regionalização tem apresentado resultados imediatos em relação ao antigo PNMT. Contudo, regionalizar, significa trabalhar um conjunto de decisões, que quando integradas e atuando em sintonia com a política estadual e

federal, podem constituir uma base sólida para consolidação do turismo como atividade econômica relevante.

3. Considerações Finais

Este artigo apresentou as principais características do turismo no Brasil entre 2003 e 2007, destacando as ações da Política Nacional e posteriormente do Programa de Regionalização. Como resultado desta análise percebe-se claramente que as metas do PNT 2003/2007 não foram atingidas e que os objetivos estão mensurados de modo quantitativo, o que dificulta a estruturação do setor turístico e também a consolidação de novos destinos turísticos com serviços e infra-estrutura de qualidade, além da falta de compreensão do desenvolvimento em âmbito social. Um dos princípios orientadores do PNT 2003/2007 destacou um modelo de planejamento condicionado pela harmonia entre os campos econômico-social; político e ambiental, como um meio de desenvolvimento sistêmico para a atividade. Este modelo segue uma tendência já utilizada em outros países, contudo, percebe-se a necessidade de articulação política com os demais ministérios para estimular o crescimento também dos demais setores que podem impulsionar ou subsidiar a atividade turística.

Algumas falhas identificadas neste estudo foram corrigidas no plano que entrou em vigor na seqüência: o PNT 2007/2010, que priorizou o turismo doméstico como estratégia de desenvolvimento sustentável, além de apoiar-se ainda mais na estrutura da regionalização que, conforme observado, foi um programa criado justamente para valoriza os aspectos sociais e causar mínimo impacto à comunidades receptoras.

O Programa de Regionalização Turística – Roteiros do Brasil pode ser considerado a marca do turismo brasileiro e, talvez devido a esta política, o setor nunca esteve tão fortalecido estruturalmente. Pensar em planejamento regional do turismo significa entender o território como espaço e lugar de interação entre o homem e a natureza e utilizá-lo como ferramenta para aglomerar destinos em uma única região geográfica com características similares, formando agrupamentos; zonas; pólos; circuitos ou roteiros turísticos. A própria organização social dos municípios sofre mudanças, já que a regionalização pretende um “pensar coletivo” do setor,

adaptando os agentes econômicos com novas estratégias, interagindo o poder público, a iniciativa privada e a comunidade, induzindo-os a uma visão global de planejamento e prestação de serviços

Tais características permitem concluir que a elaboração de qualquer plano de turismo no Brasil atualmente, se vinculado às premissas da regionalização, pode obter resultados positivos e minimizar metas como as apresentadas no PNT 2003/2007, que não fornecem parâmetros qualitativos. Sendo assim, este artigo permitiu reconhecer os erros do primeiro plano estruturado após a criação do MTur, alertando para construção dos futuros planos.

Referências

- Acerenza, M. (2002). *Administração do Turismo: conceituação e organização*. São Paulo: Educ.
- Bahl, M. (2000). *Regionalização Turística do Estado do Paraná*. Tese de Doutorado no Programa de pós-graduação em Ciências do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicação e Artes – Universidade de São Paulo, USP, São Paulo.
- Beni, M. (2006). *Política e Planejamento de Turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph.
- Cooper, C.; Fletcher J., Wanhill, S., Gilbert, D., Shepherd, R. (2003). *Turismo, princípios e prática*. Porto Alegre: Bookman.
- Cruz, R. e Sansolo, D. (2003). Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. *Caderno Virtual de Turismo*. **3**: 1-6.
- Cruz, R. (2005). Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. *GEOSUL: Revista do Departamento de Geociências – CFH, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Florianópolis*. **20**: 27-43.
- EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo (2008). *Anuário Estatístico (vol. 35)*. Acedido em 03 de fevereiro de 2009, em: http://200.189.169.141/site/arquivos/anuario_2008__internet.pdf
- Hall, C. (2001). *Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos*. São Paulo: Contexto.
- Henz, A. (2009). *Políticas Públicas de Turismo no Brasil: a interferência da política nacional de turismo entre 2003 e 2007 no direcionamento das políticas estaduais*. Dissertação de Mestrado em Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú. 150 pp.
- Medaglia, J.; Paixão, D.; Silveira, C. (2008). Política Pública de Turismo no Brasil: reflexões sobre a tendência à massificação. Em: *Seminário Internacional de Turismo – SIT*. Curitiba, 2008.
- Ministério do Turismo (2003). *Plano Nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2003/2007*. Brasília.
- _____. (2004). *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Diretrizes Operacionais*. Brasília.
- Noia, A.; Júnior Vieira, A.; Kushano, E. (2007). Avaliação do Plano Nacional de Turismo: gestão do governo Lula, entre os anos de 2003 a 2007. *Revista de Cultura e Turismo – CULTUR*. **01**: 23-36.