

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Kátia Dutra Dias

**POLÍTICAS PÚBLICAS E ECONOMIA DO TURISMO:
UMA ANÁLISE BRASILEIRA**

Porto Alegre

2012

Kátia Dutra Dias

POLÍTICAS PÚBLICAS E ECONOMIA DO TURISMO:
UMA ANÁLISE BRASILEIRA

Trabalho de conclusão apresentado ao curso de Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientação: Prof. Marcelino de Souza

Porto Alegre

2012

Kátia Dutra Dias

POLÍTICAS PÚBLICAS E ECONOMIA DO TURISMO:
UMA ANÁLISE BRASILEIRA

Trabalho de conclusão apresentado ao curso de Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovada em: Porto Alegre, _____ de junho de 2012, com o conceito/nota_____:

Prof. Dr. Marcelino de Souza - Orientador
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

Prof. Dr. Marcelo Conterato
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

Prof. Dr. Paulo Dabdab Waquil
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS

AGRADECIMENTOS

A Deus, que esteve sempre comigo nas etapas mais difíceis na minha vida, por mostrar-me que o esforço é sempre recompensado, e que não devemos desistir de sonhar e de lutar pelos nossos sonhos.

Agradeço à minha família pelo amor incondicional e principalmente aos meus pais Noemia e Wilson, pelo exemplo de luta, apoio e incentivo nessa caminhada. À minha irmã Daisy, pelos anos de convívio, de conselhos e de amizade. Ao meu amado Sérgio, com quem amo partilhar cada minuto da minha vida, por sua compreensão, paciência, e apoio durante todos os momentos que estivemos juntos.

Agradeço aos meus amigos que estiveram presentes na minha vida durante toda essa etapa, pelas alegrias e dores compartilhadas. Aos tesouros que encontrei na faculdade: Caroline, Cristina e Renata, que compartilharam comigo risadas, cadernos e estudos durante essa fase. Vocês fizeram esses anos muito mais prazerosos. À Adele e à Fernanda, pelos anos de amizade e convívio e a companhia entre uma pausa e outra durante a execução deste trabalho.

Também gostaria de agradecer especialmente o meu orientador, o professor Marcelino de Souza, por toda sua dedicação e empenho, por se mostrar sempre apto a me orientar mesmo em circunstâncias diversas, e por ter me auxiliado em todos os momentos, compartilhando os seus conhecimentos. Ao professor Eduardo Filippi por ter feito essa ponte de ligação recomendando o professor Marcelino como meu orientador. Aos professores Marcelo Conterato e Paulo Waquil, por aceitarem participar desse momento final da minha graduação em Ciências Econômicas, um momento muito importante para mim.

RESUMO

O panorama econômico global demonstra que o turismo é hoje uma atividade em grande expansão. Devido a isso, muitos países têm tratado o turismo como uma atividade econômica e social importante a ser discutida, sendo um tema de preocupação para as autoridades governamentais e para os órgãos nacionais. O potencial turístico do Brasil, por sua vez, tem sido atualmente muito comentado em razão de sua diversidade cultural e de suas belezas naturais no seu imenso território. Para explorar esse potencial, são necessárias metas de crescimento criadas e delineadas através de um plano econômico com caráter quantitativo e qualitativo que alcancem os objetivos esperados no prazo estipulado. Este estudo busca através de uma análise das atividades características do turismo com base na publicação do IBGE (2010) denominada “Economia do Turismo: Uma Perspectiva Macroeconômica 2003-2007” e da análise de dados turísticos retirados de sites do Governo e publicações acadêmicas, verificar se a criação de novos órgãos responsáveis pelo desenvolvimento do turismo e de seus respectivos planos e políticas governamentais adotadas tem impactado no desempenho dessas atividades no período de 2003 a 2007. A análise foi baseada em indicadores como: fluxo turístico, receita e despesa cambial turística, evolução do valor adicionado das atividades características do turismo, pessoal ocupado no segmento turístico e evolução dos rendimentos no segmento. Os resultados encontrados ilustram a dificuldade que o governo apresentou para atingir os objetivos e metas por ele propostos. Na análise das atividades turísticas verificou-se um melhor desempenho nas atividades de alimentação e transporte rodoviário, atividades essas que apresentam ocupações com baixa remuneração e qualificação profissional. Além disso, observa-se que os investimentos no segmento turístico são muito recentes, e, por essa razão, não possibilitou no período um aumento significativo em número de turistas estrangeiros ou boas condições em infraestrutura para atender a demanda de turistas domésticos.

Palavras-chave: Turismo. Brasil. Políticas Públicas de Turismo. Crescimento Econômico. Valor Adicionado. Nível de Emprego. Rendimento.

ABSTRACT

The global economic outlook shows that tourism is now a growing activity. For that reason, many countries are dealing with tourism as an important point of discussion, an issue of concern for the government authorities and national groups. The tourism potential of Brazil, in turn, has now been widely reported because of its cultural diversity and natural beauty in its vast territory. To exploit this potential, we need growth goals created and delineated through an economic plan with quantitative and qualitative character expected to achieve the goals on time. This study seeks through an analysis of the characteristics of tourism activities based on the publication of IBGE (2010) called "Tourism Economy: A Macroeconomic Perspective 2003-2007" verify that the creation of new bodies responsible for tourism development and its plans and government policies adopted have impacted the performance of these activities in the period 2003 to 2007. The analysis was based on indicators such as tourist flow, revenue and expense tourist exchange, development of value added features of tourism activities, persons employed in the tourism sector and income trends in the segment. The results illustrate the difficulty that the government had to achieve the goals and objectives proposed by him. In the analysis of tourist activities there was a better performance in activities of feeding and road transport, activities that would have jobs with low pay and professional qualification. Moreover, it is observed that investments in tourism sector is very recent and, therefore, not possible in the period a significant increase in the number of foreign tourists in good condition or infrastructure to meet the demand of domestic tourists.

Keywords: Tourism. Brazil. Tourism Policies. Economic Growth. Value Added. Employment Levels. Income.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Chegada de Turistas Internacionais por Grupo de Países (%)	34
Gráfico 2 – Evolução da entrada de turistas estrangeiros no Brasil; 2000-2009.....	36
Gráfico 3 – Distribuição percentual do valor adicionado das Atividades Características do Turismo, por atividade - Brasil- 2007	51
Gráfico 4 – Evolução do valor adicionado a preços correntes das principais atividades características do turismo	52
Gráfico 5 – Participação das ocupações das Atividades Características do Turismo, no total da economia - Brasil - 2003-2007	54
Gráfico 6 – Distribuição percentual do número de postos de trabalho das Atividades Características do Turismo, por atividade - Brasil - 2007	54
Gráfico 7 – Evolução das ocupações das Atividades Características do Turismo e do total da economia brasileira - 2003-2007	55
Gráfico 8 – Evolução da participação dos rendimentos do pessoal ocupado das atividades características do turismo no total da economia brasileira 2003-2007.....	57
Gráfico 9 –Salário Médio Mensal e Salário Mínimo - Brasil - 2003-2007	59
Figura 1 – Comparação por gráficos das metas e resultados obtidos do PNT 2003	22
Figura 2 – Modelo analítico das estruturas características do turismo.....	31
Figura 3 – Modelo do Balanço de Pagamentos	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Confronto entre metas e resultados do PNT 2003	21
Tabela 2 – Meio de comunicação que influenciou a decisão da viagem ao Brasil	27
Tabela 3 – Ranking dos principais países receptores de turistas por chegada de turistas	33
Tabela 4 – Principais países receptores de turistas internacionais 2007-2010	34
Tabela 5 – Receita Cambial Turística dos Principais Países 2007-2010.....	35
Tabela 6 – Chegadas de turistas internacionais: Mundo, América do Sul e Brasil: 2000-2009 ..	37
Tabela 7 – Ranking dos 10 maiores emissores de turistas para o Brasil	38
Tabela 8 – Receita e despesa cambial turística: Brasil - 2001-2011	41
Tabela 9 – Receita Cambial: Mundo, América do Sul e Brasil 2001-2011	42
Tabela 10 – Proporção de Domicílios Urbanos com Viajantes, por Tipo de Viagem	43
Tabela 11 – Desembarques nacionais de passageiros em aeroportos e variação percentual.....	43
Tabela 12 – Composição por faixa de renda da demanda por turismo doméstico no Brasil.....	45
Tabela 13 – Composição regional do mercado doméstico no Brasil em número de turistas	45
Tabela 14 – Motivos, motivações e atrativos turísticos, por região e total	46
Tabela 15 – Impactos econômicos do turismo doméstico no Brasil	47
Tabela 16 – Valor da produção a preços correntes (do total da economia e das atividades características do turismo, Brasil – 2004 - 2007	48
Tabela 17 – Participação da produção dos segmentos nas atividades características do turismo, 2004-2007.....	49
Tabela 18 – Relação entre o consumo intermediário e o valor da produção das Atividades Características do Turismo- 2007 - Brasil.....	50
Tabela 19 – Valor adicionado a preços correntes do total da economia e das Atividades Características do Turismo, segundo as atividades - Brasil – 2004 - 2007.....	51
Tabela 20 – Total de ocupações na economia e nas Atividades Características do Turismo, segundo as atividades - Brasil - 2003-2007.....	53
Tabela 21 – Valor dos rendimentos do pessoal ocupado no total da economia e nas Atividades Características do Turismo segundo as atividades - Brasil - 2003-2007	57
Tabela 22 – Tabela 22 - Salário médio mensal, em valor corrente, pago pelo total da economia e pelas Atividades Características do Turismo segundo as atividades - Brasil - 2003-2007.....	58
Tabela 23 – Salário Mínimo Brasileiro – 2002-2008	59

LISTA DE SIGLAS

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CNTur – Conselho Nacional de Turismo
CNAE – Classificação Nacional das Atividades Econômicas
EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo, antiga Empresa Brasileira de Turismo
FGV – Fundação Getúlio Vargas
FINAM – Fundos de Investimentos da Amazônia
FINOR – Fundo de Investimentos do Nordeste
FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FISET-TURISMO – Fundo de Investimento Setorial
FORNATUR – Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais do Turismo
FUNGETUR – Fundo Geral de Turismo
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INFRAERO – Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária
ISIC – Internacional Standard Industrial Classification
MTur – Ministério do Turismo
OMT – Organização Mundial do Turismo
PIB – Produto Interno Bruto
PLANTUR – Plano Nacional de Turismo (1969)
PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
PNMT – Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PNT – Plano Nacional do Turismo (2003)
POF – Pesquisa de Orçamentos Familiares
PRT – Programa de Regionalização do Turismo
RAIS – Relação Anual de Informações Sociais
UNWTO – World Tourism Organization
SCN – Sistema de Contas Nacionais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO TURISMO.....	13
2.1 Conceito de Política Pública	13
2.2 Ministério do Turismo.....	18
2.3 Plano Nacional do Turismo	20
2.4 Instituto Brasileiro de Turismo	25
3 METODOLOGIA.....	29
4 O SEGMENTO TURÍSTICO NO BRASIL.....	32
4.1 Turismo Internacional	32
4.1.1 Fluxo Emissivo para o Brasil	36
4.1.2 Perfil da Demanda Internacional.....	39
4.1.3 Entrada de Divisas e Evolução da Receita e Despesa Cambial	39
4.2 Turismo Doméstico.....	42
4.2.1 Fluxo Doméstico.....	42
4.2.2 Perfil da Demanda Doméstica	44
4.2.3 Impactos do Turismo Doméstico na Economia.....	46
4.3 Evolução das Atividades Características do Turismo no Período 2003-2007	48
4.3.1 Evolução do Valor Adicionado.....	50
4.3.2 Pessoal Ocupado no Segmento do Turismo	53
4.3.3 Evolução dos Rendimentos.....	56
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
REFERÊNCIAS	65
ANEXO A – Lista de ministros do turismo do Brasil	71
ANEXO B – Atividades características do turismo de acordo com a CNAE 2.0	72
ANEXO C – Principais políticas públicas de turismo adotadas no Brasil.....	73

1 INTRODUÇÃO

O turismo tem ganhado destaque nos últimos anos em função de seu crescimento ao longo das décadas relativamente à composição do Produto Interno Bruto. É conceituado como um respeitável segmento, que abrange uma ampla gama de atividades componentes, incluindo o fornecimento de alojamento, transportes, recreação, alimentação e serviços afins. Esta atividade econômica é ainda pouco abordada na maior parte das instituições universitárias apesar de se destacar como um importante segmento na geração de valor adicionado do Brasil, exercendo participação de 3,6% em 2007 no total do valor da produção da economia brasileira (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE, 2010).

Usualmente classifica-se o turismo como uma atividade eminentemente de prestação de serviços, enquadrando-se no setor terciário da economia. Porém sabemos que o turismo é um segmento que acaba por influenciar várias outras atividades do setor primário e secundário.

Ao contrário de muitas outras atividades, o turismo interage nos três setores econômicos e, quando se desenvolve, desencadeia um processo de irradiação de benefícios que ultrapassam seus limites de atuação, incrementando negócios não só no setor terciário, como também nos setores primários e secundários. (COELHO, 2011, p. 51)

A diversidade de motivações que originam as deslocamentos turísticos e suas particularidades não permite que se consiga delimitar facilmente o segmento turístico como em outros mercados. Para Carvalho e Vasconcellos (2006), a oferta turística é conceituada como um grupo de bens e serviços que produzem a satisfação das necessidades dos turistas. Conforme os autores, essa lógica fornece empecilhos para uma definição mais adequada de oferta turística. O motivo se refere ao fato de que o mercado turístico pode ser apoiado por produtos que não sejam oferecidos unicamente para o consumo turístico (CARVALHO; VASCONCELLOS, 2006). Muitas vezes os produtos estão inclusos no segmento, mas não conduzem à satisfação imediata das necessidades turísticas. De fato, o segmento turístico é formado por um grupo de atividades bastante distintas. A demarcação do segmento se torna admissível quando o identificamos em torno de sua produção principal.

Produto turístico é o conjunto de bens e serviços relacionados a toda e qualquer atividade de turismo. Especificadamente, o produto turístico pode ser definido como um produto composto, equivalente a um amálgama formado pelos seguintes componentes: transporte, alimentação, acomodação e entretenimento. (LAGE, 2009, p. 51)

A atividade turística está estreitamente relacionada com os grandes números de trocas internacionais que o Brasil tem apresentado, contribuindo no processo de desenvolvimento e crescimento das regiões. Segundo Arendit (2000), o turismo é um grande gerador de empregos, visto que utiliza mão de obra intensiva e também pelo fato de que a tendência à automação nesse setor, ao comparar com segmento industrial, é bem menor (ARENEDIT, 2000, p. 94). Entretanto, devemos lembrar que a mão de obra ligada ao turismo geralmente possui baixa escolarização, alta rotatividade e remuneração baixa, o que resulta em empregos de baixa qualidade e, portanto, não resulta necessariamente na melhoria de vida da população que possui a atividade turística como meio de subsistência.

Cabe ainda ressaltar o potencial de sucesso do incremento do turismo no Nordeste Brasileiro devido as admiráveis paisagens litorâneas, atrativo que sempre movimentou o turismo de massa, e conseqüentemente a captação de investimentos. Aliado a políticas ambientais, sociais e econômicas é possível buscar nessa parceria entre Estado e a população local, o desejado desenvolvimento local¹.

Com o auxílio de planejamento e políticas públicas, o turismo pode servir para amenizar os desequilíbrios regionais, pois sua ação proporciona impactos positivos em todos os setores e contribui para a melhoria de vida das populações através de seus efeitos multiplicadores de renda, produção e emprego. Para isso é necessário primeiramente definir o conceito de planejamento. Para Barretto (2003, p.12):

O planejamento é uma atividade, não é algo estático, é um devir, um acontecer de muitos fatores concomitantes, que tem de ser coordenado para se alcançar um objetivo que está em outro tempo [...] é lícita a permanente revisão, a correção de rumos, pois exige um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos.

Portanto, para reduzir a má distribuição de renda e desenvolver áreas mais pobres através do turismo, deve-se fazer uma revisão no planejamento e nas políticas propostas constantemente, como tem se disposto a fazer o governo brasileiro nos últimos anos. Para alcançar o objetivo de melhores indicadores em nível mundial e crescente participação da atividade do turismo no produto interno do Brasil, o governo tem se proposto a analisar os determinantes do consumo turístico e promover o desenvolvimento dessa atividade. Tendo em vista essas considerações, o presente trabalho busca verificar com que grandeza essas políticas públicas tem impactado nas atividades relacionadas ao turismo e na participação das mesmas sobre o PIB.

¹ Segundo Barbosa em seu artigo “O Turismo como um Fator de Desenvolvimento Local”, O desenvolvimento local alavanca a possibilidade de equalizar cinco objetivos: preservação/conservação ambiental, identidade cultural, geração de ocupações produtivas e de renda, desenvolvimento participativo e qualidade de vida.

Neste trabalho a questão a ser investigada será o cenário econômico do setor turístico no Brasil, ou melhor, como esse setor influencia a economia do País, confrontando as políticas governamentais adotadas com os resultados reais. A análise compreenderá uma abordagem entre o período de 2001 a 2007. O objetivo principal é analisar a evolução das atividades características do turismo no período de 2001 a 2007, e sua contribuição para a economia brasileira, confrontando o resultado com as políticas governamentais adotadas. Como objetivos secundários, propõe-se: descrever o segmento turístico no Brasil sob o enfoque econômico e verificar a evolução das atividades características do turismo com base nos seus principais indicadores e relacionar com as políticas públicas.

O trabalho está estruturado em três partes principais. A primeira parte trata das políticas públicas de fomento ao turismo brasileiro. Far-se-á um resumo histórico do desenvolvimento do turismo no âmbito governamental, destacando as principais políticas colocadas em prática na última década. Em seguida será explicitada a metodologia utilizada no trabalho. E por último, o turismo será tratado pela ótica da demanda turística, interna e externa, analisando o perfil dos turistas no Brasil e as suas contribuições na receita e despesa cambial. Assim como, apresentará uma análise das atividades turísticas, no que diz respeito ao valor adicionado dessas atividades, pessoal ocupado e evolução dos rendimentos. Nas considerações finais será feito um balanço sobre os resultados encontrados, recapitulando os diversos tópicos discutidos durante o desenvolvimento do trabalho.

2 POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO AO TURISMO

O Brasil é um vasto país com inúmeras riquezas naturais, culturais, históricas e econômicas. Todas as características do nosso país fazem com que ele tenha um grande potencial como atrativo turístico. Além de um povo inegavelmente acolhedor, o Brasil conta com um belíssimo litoral, florestas, montanhas, rios, fauna e flora, cidades históricas, tradição, culinária e cultura diferenciada. Essa riqueza tem sido mencionada por muitos discursos políticos, a fim de conseguir estimular um maior número de turistas no Brasil (domésticos e internacionais) e conseqüentemente desenvolver as diversas atividades relacionadas ao turismo que de maneira direta ou indireta acabam por sofrer algum impacto.

De acordo com esse discurso, para atingir esse potencial turístico faz-se necessário um planejamento nas atividades relacionadas, pois elas contribuem com destinações e iniciativas que por sua vez geram impactos positivos e negativos, sejam eles em nível de meio ambiente, demanda, social, etc. A questão do planejamento do turismo tem como causa principal promover o turismo com um fator de inclusão social, reduzindo as desigualdades, fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro, atrair divisas para o país, e estimular o desenvolvimento do produto turístico com qualidade (PNT 2007/2010). Entretanto a importância econômica do turismo só se tornou tópico discutido muito recentemente no Brasil.

2.1 Conceito de Política Pública

Entende-se por “políticas públicas” as regras, diretrizes e ações do Estado que normalmente envolvem aplicações de recursos públicos e podem ser aplicadas de diversas maneiras, sempre voltadas para a população. A política pública tem a capacidade tanto de melhorar a qualidade de vida da sociedade quanto de privilegiar setores específicos, elevando concentração de renda; tudo depende da forma como o Estado atua na sociedade. Segundo George, Mair e Reid (2009):

Uma política é um plano de ação para guiar ou influenciar decisões, ações e outros assuntos. As políticas são desenvolvidas como ferramentas para administradores a fim de alcançar claramente objetivos políticos, gerenciais, financeiros e administrativos identificados. O termo pode ser aplicado a indivíduos, grupos, organizações do setor público e privado. O processo político inclui a identificação de alternativas e as escolhas daquelas que terão impactos mais positivos. (GEORGE; MAIR; REID, 2009, p.199)

Silva e Lima (2010, p.5) expõem que as políticas públicas no Brasil têm uma atitude eminentemente política “[...] devido a determinados grupos sociais que, para verem executadas ações públicas de seus interesses, exercerem influências sobre os tomadores de decisões governamentais”. Os autores alegam que o Brasil não oferece ainda uma tradição democrática no estabelecimento de políticas públicas de governo. Para eles (2010, p.6), a ausência de processos sólidos em termos democráticos, nos contextos de elaboração dessas políticas, faz com que prevaleça às incapacidades de satisfação da maior parte da população, e com isso, gera tensões sociais que revelam profundas necessidades de mudanças.

O papel do Estado no planejamento do turismo é de extrema importância, pois é o Estado que irá delimitar os parâmetros do desenvolvimento das atividades turísticas, as suas prioridades e os seus respectivos impactos sobre a população. No campo turístico, as políticas públicas brasileiras tem gradativamente ganhado espaço no planejamento e gestão governamental, ao contrário de outras políticas como as direcionadas à saúde e educação que já possuem agendas e projetos definidos (MAIA, 2004, p.17).

Para Gastal e Moesch (2007), a política pública para o turismo deve ter como objetivo democratizar o bem público turismo, e dessa forma possibilitar a acessibilidade do lazer e da hospitalidade a todos os cidadãos assim como aos turistas; não só como uma potencialidade, mas como realidade, e que a sociedade organizada incida nessas definições. Para as autoras, a democratização das políticas públicas voltadas para o turismo pode ser feita através diversas maneiras:

[...] ter normatizações jurídicas; realizar intervenções diretas na forma de linhas de financiamento, implantação de infraestrutura, gerenciamento de informações, treinamento e qualificação de recursos humanos e consolidar diretrizes políticas que não incentivem apenas o turismo nos seus desdobramentos econômicos, mas também nas suas implicações socioculturais centradas na pessoa, ou seja, no turista (GASTAL; MOESCH, 2007, p.42).

Nota-se que, para o desenvolvimento de uma política pública voltada para o turismo, a participação do Estado é considerada primordial, pois serão necessárias ações governamentais para direcionar a atividade turística e medir os resultados desejados pela sociedade. Cruz (2002) define política pública de turismo como, um conjunto de diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações definidas, no âmbito do poder público, com o objetivo de alcançar e/ou dar continuidade ao desenvolvimento da atividade turística em um território.

De acordo com os conceitos apresentados, as políticas públicas direcionadas para o turismo devem possuir estratégias bem definidas junto à população local e realizar ações que fortaleçam a localidade, aprimorando as formas de gestão e buscando uma maior participação

da sociedade nas atividades turísticas, de forma a desenvolver a região.

Podemos dizer que a história das políticas públicas no Brasil inicia-se em 1966 com o Decreto-lei 55 de 18 de novembro, que criou o Sistema Nacional de Turismo, o Conselho Nacional de Turismo (CNTur), a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR); e estabeleceu a Política Nacional de Turismo. Carvalho (2011) considera o período anterior ao decreto como a “pré-história” jurídico-institucional das políticas nacionais de turismo, pois, embora esse período seja caracterizado pelo surgimento de alguns órgãos voltados para essa atividade, não houve nenhuma aplicação de planos. Esse primeiro período teve seu início com a emissão do Decreto-lei 406, de 4 de maio de 1938, art. 59 que dispõe sobre a venda de passagens aéreas, marítimas e terrestres. Coelho (2011, p. 63), cita a OMT² para ilustrar o surgimento do turismo:

Em épocas anteriores o desenvolvimento do turismo era estimulado pela iniciativa privada. Rapidamente os Estados se deram conta dos benefícios econômicos produzidos pelo turismo internacional e nacional e passaram a prestar certo interesse a esta atividade adotando normas legislativas a favor dela.

Além do mais, a Constituição Federal de 1988 abordou pela primeira vez o turismo na história das constituições brasileiras, art. 180, cap.I, do título VII. No artigo lê-se que “a União, os Estados, o Distrito Federal, e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico.” (CARVALHO, 2011, p. 24). Cabe salientar que o incentivo dado pelas esferas governamentais até meados dos anos 90 se limitava a uma política de incentivos financeiros e fiscais direcionadas de modo particular ao setor hoteleiro.

Segundo Cruz (2002) são apenas dois os atos jurídicos de maior relevância referentes à política nacional de turismo. O primeiro ato consiste na Resolução CNTur 31, de 10 de abril de 1968 que estabelece o Plano de Prioridade de Localização de Hotéis de Turismo – dando prioridade as capitais brasileiras e locais de interesse turístico³. Este Plano daria lugar em 1969 ao PLANTUR cujas diretrizes descritas na Resolução CNTur 71 jamais foram executadas.

² ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. El marco de la responsabilidad del Estado en la gestion del turismo. Madrid, 1982/1983.

³ O Plano de Prioridade de Localização de Hotéis de Turismo, de 1968, estabelecia como prioritárias as áreas: Capital Federal e as capitais dos Estados e territórios; Estâncias hidrominerais, estações climáticas e balneárias, e cidades históricas; Adjacências dos aeroportos internacionais e eixos viários de interesse turístico; Parques Nacionais e áreas onde houvesse atrações naturais com caráter de excepcionalidade e interesse turístico. (CRUZ, 2002).

O segundo ato está relacionado à reestruturação da EMBRATUR no governo Collor, em 1991 quando passa a ser uma autarquia federal através da Lei 8.181, de 28 de março; e também à implementação de novos objetivos e diretrizes para a Política Nacional de Turismo instituída no primeiro mandato do governo de Fernando Henrique Cardoso durante o período 1996/1999. Esta Política Nacional de Turismo do governo FHC tinha como objetivo impulsionar de forma independente determinados setores ainda precários que interferem diretamente a atividade turística através de macroestratégias demarcadas no programa.

A Política Nacional de Turismo sustenta-se em cinco macroestratégias, que contemplam a implantação de infraestrutura básica e turística, a capacitação de recursos humanos para o setor, a modernização da legislação, a descentralização da gestão do turismo e, finalmente, a promoção do turismo no Brasil e no exterior⁴. (BRASIL, 1999)

Um dos programas criados também nesse período foi o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), estabelecido através da Portaria n. 130, de 30 de março de 1994, do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. O PNMT visou estimular o desenvolvimento turístico nacional, a partir da descentralização das políticas públicas de turismo e do fortalecimento do planejamento turístico nos municípios.

Outro programa importante derivado do PNMT foi criado no governo Lula em 2004 e se chama Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Este programa enfatiza que a atividade turística seja organizada com evidência ao desenvolvimento regionalizado, tendo em vista à estruturação, qualificação, diversificação e o desenvolvimento integrado da oferta turística brasileira, através do planejamento e gestão das atividades turísticas por regiões. A transição da etapa de municipalização para a de regionalização do turismo difundiu rapidamente na formulação dos objetivos e dos instrumentos de política e gestão, passando a pensar não somente em geração de riqueza nas regiões, mas também de que forma isso poderia vincular-se aos movimentos de grupos sociais e ao planejamento participativo.

No início da gestão do Governo Lula, em 2003, o Ministério do Esporte e Turismo foi desmembrado, provocando o aparecimento do Ministério do Turismo. O novo órgão trabalha diretamente com as reivindicações do setor, no País, sendo considerado indispensável para dar suporte a uma "Política Nacional do Turismo". A seguir, são descritas as principais políticas públicas de turismo brasileiras adotadas na 1ª década do século XXI⁵:

⁴ Mensagem ao Congresso Nacional em 1999.

⁵ Adaptado de Badaró (2008), Bolson, Pires e Bahia (2004), Fernandes (2007) e Cerqueira, Furtado e Mazaro (2009). A consulta de anos anteriores a 2002 está presente no ANEXO B desse trabalho.

2002: O Decreto nº 4.402 de 2 de outubro de 2002 cria novamente o Conselho Nacional do Turismo, integrante da estrutura básica do Ministério do Esporte e Turismo, vinculado diretamente ao respectivo Ministro de Estado.

2003: A Lei nº 10.683 cria o Ministério do Turismo-Mtur, que incorporou a EMBRATUR, e criou uma nova organização administrativa do turismo em nível nacional: EMBRATUR (promoção e marketing do produto turístico brasileiro), Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (planejamento e articulação) e Secretaria Nacional de Desenvolvimento do Turismo (implantação de infraestrutura turística). Também com essa lei foi criado o Fórum Nacional de Secretários de Estado do Turismo.

2004: Publicado o DL nº 4.898 que transfere competências da EMBRATUR para o Ministério do Turismo, enquanto o DL nº 5.203 dispõe sobre a estrutura regimental do Ministério.

2005: O DL nº 5.406 regulamenta o cadastro obrigatório para fins de fiscalização das empresas prestadoras de serviços turísticos no País.

2008: É aprovada e sancionada a Lei nº 11.771, mais conhecida como Lei Geral de Turismo, que define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor do turismo. Revogadas as Leis nº 6.505/77 e o DL nº 2.294/86 e dispositivos da Lei nº 8.181/91.

Na sequência deste trabalho será apresentado de forma mais aprofundada os principais órgãos federais que interferem diretamente nas atividades relacionadas ao turismo. Entre eles, será enfatizado o histórico e o desempenho do Ministério do Turismo criado em 2003; os Planos Nacionais de Turismo de 2003 e 2007 e sua relevância no planejamento e gestão turística e a EMBRATUR com a readaptação de seus objetivos e metas durante os anos.

2.2 Ministério do Turismo

O Ministério do Turismo foi criado em 2003, no início da gestão do Governo Luis Inácio Lula da Silva, através da Medida Provisória nº 103, de 1º de janeiro de 2003, posteriormente convertida na Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003. Suas atividades eram anteriormente desempenhadas pelo Ministério do Esporte e Turismo (Medida Provisória nº 2.216-37/2001). Walfrido Mares Guia foi nomeado o primeiro Ministro do Turismo. Segundo o Plano Nacional de Turismo 2003-2007:

Compete ao Ministério do Turismo os assuntos relacionados à política nacional de desenvolvimento do turismo, a promoção e divulgação do turismo nacional no Brasil e no exterior, o estímulo às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas, o planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo, a gestão do Fundo Geral de Turismo e o desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Certificação e Classificação das atividades, empreendimento e equipamentos prestadores de serviços turísticos. (BRASIL. Ministério do Turismo, 2008)

O MTur é formado por órgãos de assistência direta e indireta ao ministro, pela Secretaria de Políticas do Turismo, pela Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo, pela EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo (antiga Empresa Brasileira de Turismo), e pelo Conselho Nacional do Turismo.

A Secretaria de Políticas do Turismo tem como função formular, elaborar, avaliar e monitorar a Política Nacional do Turismo em consonância com as diretrizes do Conselho Nacional do Turismo. É também responsável por articular as relações institucionais e internacionais necessárias para o encaminhamento dessa política.

A Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo tem como principal atividade estimular o fomento e a promoção de investimentos em localidades turísticas ou com forte potencial turístico em articulação com os Programas Regionais de Desenvolvimento além de trabalhar para a melhoria da qualidade dos produtos e serviços prestados por empresas do setor turístico.

A EMBRATUR é a antiga Empresa Brasileira de Turismo que se reformulou e tornou-se o Instituto Brasileiro de Turismo. Esta é a autarquia responsável hoje pelo marketing, promoção e apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.

Por último, o Conselho Nacional de Turismo é um órgão composto por representantes de outros Ministérios e Instituições Públicas que se relacionam com o turismo e tem como

funções “propor diretrizes e oferecer subsídios técnicos para a formulação e acompanhamento da Política Nacional do Turismo”. (BRASIL. Ministério do Turismo, 2003, p.12)

Além de ser um articulador dos diferentes órgãos e respectivas funções, o Ministério do Turismo atua no planejamento do setor e fomento à atividade, e também é responsável pelo cadastramento de empresas do setor turístico tais como as agências de turismo e viagens, as operadoras de turismo, as transportadoras turísticas e os profissionais, tais como: os agentes de viagens e turismólogos.

Além destes, foram criados também para assessoria do Ministério do Turismo o Fórum Nacional de Secretários e Dirigentes Estaduais do Turismo (FORNATUR) e os Fóruns e Conselhos Estaduais de Turismo. O primeiro consiste em um colegiado voluntário e informal que se reúne para deliberar sobre os tópicos proeminentes do turismo nacional, auxiliando no apontamento de problemas e soluções no setor através de análises das demandas estaduais, regionais e nacionais. Os Fóruns e Conselhos Estaduais, por sua vez, aplicam as políticas formuladas por um centro estratégico, agindo como principal meio de ligação entre os destinos turísticos e o Governo Federal.

A criação do Ministério do Turismo, em 2003, é considerada por muitos estudiosos como uma conquista que demonstra a importância dada ao Turismo no governo Lula. O Brasil passa a assumir uma gestão e planejamento turístico indispensável para o fomento da atividade, através de uma equipe especializada no assunto.

Com o nascimento do Ministério do Turismo e de outras instituições administrativas, o Estado brasileiro reassumiu um importante papel na regulação e regulamentação do setor turístico. Os órgãos públicos passaram a intervir mais intensamente a fim de normatizar e fiscalizar os segmentos da atividade, orientar a formação de profissionais e, principalmente, resguardar a biodiversidade dos ecossistemas em que a “indústria do turismo” se instala. (BORGES, 2008, p.70).

Entretanto, para alguns autores, a gestão do Ministério do Turismo é vista como paradoxal. Cruz e Sansolo (2003) afirmam que o turismo não é um tema passível de ser tratado apenas por um órgão de gestão pública, devido a sua capacidade de mobilizar setores produtivos, movimentar contingentes de pessoas e transformar os lugares. Além disso, a criação do Ministério do Turismo por um lado sugere um alto grau de importância na administração pública e por outro faz pensar que o turismo é um tema pouco tratado ou mesmo inexistente nos ministérios que intervêm no seu desempenho, sendo necessária a criação de um novo Ministério para reverter esse quadro.

2.3 Plano Nacional do Turismo

Foram divulgados dois Planos Nacionais de Turismo durante o período de 2001 a 2009. O primeiro Plano foi divulgado em abril de 2003 no governo Lula e corresponde aos anos de 2003 a 2007 o segundo Plano foi publicado em junho de 2007 e refere-se ao período 2007 a 2010.

O Plano Nacional de Turismo de 2003 tem como proposta “consolidar o Ministério do Turismo como articulador do processo de integração de diversos segmentos do setor turístico[...]”. Segundo o documento:

O Plano Nacional do Turismo é o instrumento de planejamento do Ministério do Turismo que tem como finalidade explicitar o pensamento do governo e do setor produtivo e orientar as ações necessárias para consolidar o desenvolvimento do setor do Turismo. (BRASIL. Ministério do Turismo, 2003, p.15)

O documento possui inicialmente a mensagem do Senhor Presidente da República e do Senhor Ministro do Turismo, em seguir apresenta o Ministério do Turismo e seus órgãos de assistência, a estruturação do PNT, metas para 2007, os macroprogramas, entidades colaboradoras e documentos consultados.

Evidentemente o Plano trata da potencialidade do País para o turismo e apresenta os atributos que fazem o Brasil um país rico em beleza e diversidade. O Plano apresenta tanto na apresentação quanto no diagnóstico uma visão deveras otimista do futuro do país como destino turístico. Nas mensagens iniciais, o turismo é descrito como amenizador de desigualdades sociais; entretanto, sabemos que com a ausência de políticas públicas adequadas o turismo pode gerar impactos negativos a nível ambiental, cultural, econômico, etc.; tais como: deterioração do meio ambiente, antipatia a turistas; especulação imobiliária, e também, o indesejável aumento de desigualdade social. Segundo Trigo e Netto (2003):

O turismo ainda é 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.

O diagnóstico do Plano indica o atraso do País no cenário turístico mundial que, segundo o documento, não é compatível com o seu potencial turístico. A principal causa apresentada é a falta de articulações entre os setores governamentais que fazem com que os recursos destinados ao setor se apliquem em ações sobrepostas e não direcionadas, gerando

uma onda de problemas que agravam a precariedade do setor. Com base nesse diagnóstico, foram estabelecidos objetivos e metas, as quais foram consideradas por muitos estudiosos como metas superestimadas, que não condiziam com a realidade brasileira e mundial.

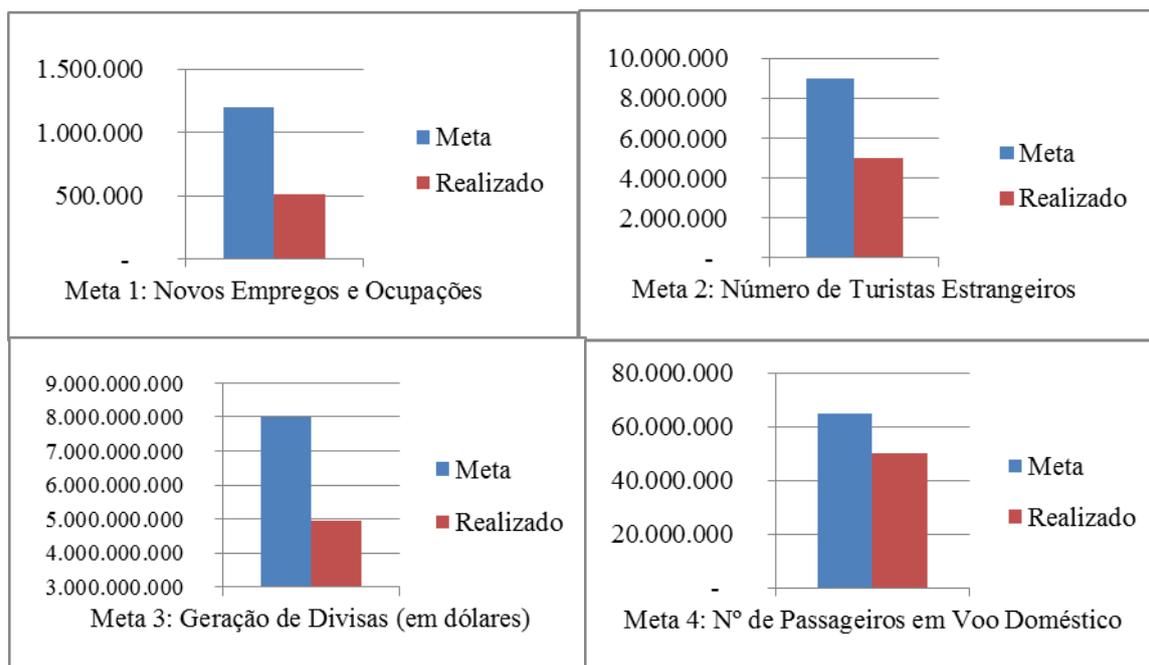
Os objetivos principais do Plano são: o desenvolvimento do produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando as diversidades regionais, culturais e naturais e também o estímulo e facilitação do consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.

O PNT 2003 também apresenta cinco metas para serem realizadas até 2007: criar 1.200.000 novos empregos e ocupações; aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros no Brasil; gerar 8 bilhões de dólares em divisas; aumentar para 65 milhões a chegada de passageiros nos voos domésticos; e ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada Estado da Federação e Distrito Federal. Os resultados obtidos em 2007 demonstram a dificuldade que o Governo teve para atingir as metas. Dos 1,2 milhões de emprego que o Governo se propôs a aumentar, foram criados, de acordo com o IBGE (2010) 516.829 novos empregos em 2007 comparados a 2003, o número de turistas estrangeiros se manteve na ordem dos 5 milhões e foram geradas 4,95 bilhões de dólares em divisas. Em relação aos desembarques nacionais, foram registrados 49,9 milhões de chegadas de passageiros em voos domésticos (ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – ASCOM, 2008). A comparação dos resultados pode ser vista na Tabela 1 e na Figura 1:

Tabela 1: Confronto entre metas e resultados do PNT 2003

	Novos Empregos e Ocupações	Número de Turistas Estrangeiros	Geração de Divisas (em dólares)	Nº de Passageiros em Voo Doméstico
Meta	1.200.000	9.000.000	8.000.000.000	65.000.000
Realizado	516.826	5.000.000	4.950.000.000	49.900.000

Fonte: Elaborado pela autora com dados do PNT (2003), EMBRATUR (2008) e IBGE (2010).

Figura1: Comparação por gráficos das metas e resultados obtidos do PNT 2003

Fonte: Elaborado pela autora com dados da Tabela 1.

Os resultados confirmam a dificuldade do governo em realizar as metas estipuladas. Os investimentos na área e no marketing ainda são muito recentes, e não chegaram a refletir um aumento significativo no número de turistas estrangeiros, e conseqüentemente no aumento de divisas. A infraestrutura presente em nosso território também não é suficiente para atender a demanda de turistas domésticos.

Devido à vasta extensão do território brasileiro, o transporte aéreo é o mais desejável por oferecer maior comodidade e menor tempo de duração. Entretanto, esse transporte ainda tem um preço muito elevado para uma população que apenas recentemente ingressou na classe média. O transporte turístico doméstico em geral fica a cargo do turismo rodoviário, realizado por carro, ônibus e micro-ônibus; e embora não tenha sido tratado no PNT 2003, é importante ressaltar a precariedade das estradas brasileiras e a necessidade de investimentos na área que atendam a evolução do mercado turístico.

Outro ponto a ser destacado diz respeito à meta de novos empregos e ocupações no setor turístico. Novamente, a meta não é a mais adequada para desenvolver o turismo de acordo com o contexto da economia brasileira. O principal problema enfrentado pelos investidores diz respeito à baixa qualificação da mão de obra. Os funcionários desses empreendimentos geralmente são da comunidade local, sem possuir formação acadêmica, ou sequer alguma experiência, portanto mesmo que o número de ocupações aumente,

continuarão a receber baixas remunerações mantendo baixa a probabilidade de saída da pobreza.

Por sua vez, a apresentação do PNT 2003 não mostra de forma clara a metodologia utilizada. É informado que foram ouvidas todas as empresas, instituições e entidades representativas, porém em parte alguma é indicada a paridade de participação dos mesmos. Além do mais, não são apresentados dados como a participação real do turismo no PIB brasileiro e a participação da iniciativa privada, o que denota a insuficiência de informações. O diagnóstico apresentado no PNT 2003 é pouco esclarecedor e não demonstra os parâmetros utilizados para tais afirmações.

No ano de 2007 foi necessário um novo Plano Nacional do Turismo, que foi feito de forma mais completa e organizada que o primeiro, com base no amadurecimento das primeiras metas e nos resultados obtidos. Dessa forma, ao longo desses quatro anos, foram reformuladas algumas questões e considerados alguns assuntos ainda não previstos, também trazendo modificações metodológicas importantes e metas mais adequadas ao contexto brasileiro; a partir desse momento foi construído em junho de 2007, o Plano Nacional de Turismo 2007/2010.

No plano, são apresentados macroprogramas, qualificados como desdobramentos temáticos agregados, escolhidos pelo seu potencial de contribuição para atingir os compromissos estabelecidos nas metas. Eles se estruturam em três grupos de atividades relacionados à formulação e implementação da Política Nacional de Turismo, ao estabelecimento das referências básicas sobre a territorialidade turística do País e às ações e atividades finalísticas e de suporte que possibilitam, efetivamente, a realização das bases para o desenvolvimento da atividade de forma sustentável.

Segundo o documento, os macroprogramas e programas do PNT 2007/2010, se abrem em diversas ações, traduzindo seu detalhamento em projetos e atividades que propiciarão a realização das metas. São eles: 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.

O PNT 2007 segue a ótica do turismo como fator do desenvolvimento e inclusão social, descreve as qualidades do Brasil como destino turístico e também expõe a importância econômica e o crescimento do setor no País nos últimos anos. Na parte inicial do documento, o turismo é relacionado ao Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) lançado em janeiro de 2007, estando o turismo inserido no PAC. Conforme o documento:

As metas e os macroprogramas e programas do Plano Nacional de Turismo devem ser entendidos, nesse sentido, como parte do Programa de Aceleração do Crescimento do Governo Federal, tanto no que se refere à apropriação dos benefícios decorrentes daquele programa para o desenvolvimento do turismo no País, quanto nos resultados que a atividade deve proporcionar para os próximos anos, alinhando a ação setorial com a proposta geral de gestão de governo. (BRASIL. Ministério do Turismo, 200, p. 13).

O diagnóstico do Plano está estruturado em três partes. Inicialmente trata do contexto internacional e da tendência da demanda de novos destinos turísticos que ultrapassa o crescimento dos maiores países receptores de turistas; a seguir discorre sobre o resultado do setor nos últimos anos e por fim, lança os desafios para os próximos anos.

Segundo o diagnóstico realizado, o setor turístico apresentou um crescimento nos últimos anos, com excessão do ano 2006 devido à crise da empresa aérea Varig e da redução da oferta de assentos nos voos, porém foi constatado que essa redução não afetou a entrada de divisas. Para fundamentar o diagnóstico foi utilizada a pesquisa “Caracterização e o Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil” (2006), realizada pelo FIPE, e dados relativos ao número de ocupações retirado da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS e Ministério do Trabalho e do Emprego. Entre as debilidades do setor, o diagnóstico apresenta a carência de infraestrutura de apoio ao turismo principalmente à acessibilidade e ao saneamento ambiental; a concentração ainda existente dos destinos e produtos turísticos; e a dificuldade de alcançar a excelência no atendimento e na prestação de serviços por se tratar de uma mão de obra com baixa escolaridade, baixa remuneração e alta rotatividade. Além disso, o diagnóstico explicita a falta de acompanhamento da legislação ao turismo nos últimos anos e o baixo grau de internacionalização da oferta turística brasileira.

O Plano Nacional do Turismo de 2007 sofreu modificações em suas metas e metodologia, admitindo a falta de consistência e confiabilidade nos dados e metas do PNT 2003. O PNT 2007 deixa de tratar de voos domésticos e passa a considerar as viagens turísticas como um todo excluindo viagens rotineiras e incluindo transporte rodoviário, atrações turísticas entre outros. Baseia-se na pesquisa realizada pelo FIPE para o ano de 2005. Com relação à meta indicativa à geração de 1,7 milhão de empregos e ocupações, devemos lembrar que as ocupações ligadas ao turismo geralmente são de baixa qualificação e remuneração e alta rotatividade. Segundo Sancho (1998, p. 374,375):

Para el sector de la hostelería, restauración y, en general, turismo, se detectan una serie de características comunes [...]: elevado porcentaje de trabajadores a tiempo parcial; elevado porcentaje de trabajadores temporales y ocasionales; importante presencia de mujeres con contrato a tiempo parcial [...]; escaso número de mujeres

en cargos de mayor responsabilidad: importante presencia de trabajadores extranjeros con contratos a tiempo parcial; importante presencia de jóvenes con escasa cualificación [...]; gran número de trabajadores clandestinos; menor remuneración que otros sectores económicos; mayor número de horas semanales de trabajo para los empleados del sector [...], grado de sindicalización inferior a otros sectores.

Isso significa que o aumento de empregos no setor não acarreta obrigatoriamente na diminuição da desigualdade social ou na melhoria da qualidade de vida das pessoas. Além de tratar sobre o número de empregos, o PNT define outras metas que incluem: promover a realização de 217 milhões de viagens no mercado interno; estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional e gerar 7,7 bilhões de dólares em divisas.

2.4 Instituto Brasileiro de Turismo

Conforme já visto anteriormente, o Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR é a autarquia especial do Ministério do Turismo responsável pela promoção, marketing e apoio à comercialização dos destinos, serviços e produtos turísticos brasileiros no mercado internacional (BRASIL, MTur, 2008).

Foi criada durante o governo do presidente Castelo Branco em 1966, vinculada ao Ministério da Indústria e do Comércio, através do Decreto-lei 55 de 18 de novembro, juntamente com o CNTUR e o Sistema Nacional de Turismo. Tinha a natureza de Empresa Pública e a finalidade de incrementar o desenvolvimento da indústria de turismo e executar no âmbito nacional as diretrizes que lhes forem traçadas pelo Governo⁶.

Embora a criação da EMBRATUR tenha sido um passo importante para o desenvolvimento do turismo no Brasil, sua atuação ao longo das primeiras décadas foi considerada por muitos, discriminatória e tendenciosa. Seu cargo de porta voz do governo incluía funções de elaboração de marketing, e mostrava um Brasil pacífico, multirracial e democrático para o resto do mundo, contrariando a realidade da época. A EMBRATUR divulgava uma propaganda política oficial de apoio ao governo militar, transmitindo a imagem de um país ordeiro, negando as denúncias contra a ditadura. Recorreu a uma promoção de exploração do exótico, da diversidade cultural e principalmente do erotismo da mulher brasileira. A imagem passada do Brasil no exterior mostrava-o um lugar de praias,

⁶Decreto-lei 55/66 de 18 de novembro.

carnaval e mulheres bonitas. Essa divulgação estereotipada da mulher brasileira ocasionou a emergência do denominado “turismo sexual” no país.

O carnaval foi bastante divulgado nesse período, caracterizado por imagens que faziam alusão a uma festa de grande hedonismo, onde tudo é permitido. É interessante observar que enquanto o país vivia momentos de censura e repressão, eram divulgadas para o mundo imagens de um país festivo, com um povo alegre e mulheres bonitas e sensuais. (KAJIHARA, 2008, p.81)

Efetivamente, a atuação da EMBRATUR estava restrita a ampliação do parque hoteleiro e a fiscalização dos agentes de viagens, tendo o objetivo de suprir a carência de hotéis no país e disciplinar as agências de viagens. Em 1977, torna-se obrigatório o registro das empresas de atividades turísticas, como transportadoras turísticas, agências de viagens e meios de hospedagem. Nos primeiros anos da EMBRATUR a atividade hoteleira foi a mais beneficiada, recebendo incentivos na construção, ampliação e melhoramento dos hotéis. Com o passar do tempo, a EMBRATUR passa pelo processo de informatização que aumenta sua agilidade no controle de informações e na elaboração de boletins permitindo o acompanhamento do segmento turístico.

Ao longo do tempo, foram criados diversos mecanismos de apoio à construção e ampliação de hotéis, utilizando vantagens fiscais, e tipos de subsídios, tais como o FUNGETUR (Fundo Geral de Turismo) e o Fiset- Turismo (Fundo de Investimento Setorial), além dos fundos regionais, FINOR (Fundo de Investimentos do Nordeste) e FINAM (Fundos de Investimentos da Amazônia). Hoje extintos ou com atuação cada vez menor, estes mecanismos estão sendo transferidos para o setor privado e para o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). (COELHO, 2011, p. 68)

Em março de 1991, a EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo passa a denominar-se EMBRATUR - Instituto Brasileiro de Turismo através da Lei 8.181. Com a criação do Ministério do Turismo em 2003, a EMBRATUR se torna responsável unicamente pelo marketing e promoção do país no exterior.

Muito criticada ao longo de sua trajetória, principalmente pelos agentes de viagens, a EMBRATUR passou a ser uma autarquia federal através da Lei 8.181, de 28 de março de 1991. Dois anos depois com a criação Ministério do Turismo – Mtur, a EMBRATUR foi reduzida a pó, ficando responsável unicamente pela divulgação da imagem do Brasil no exterior. (COELHO, 2011, p. 64)

A partir dessa mudança estrutural, é possível observar um melhoramento na estratégia de marketing e na qualidade dos materiais utilizados. A EMBRATUR passa a partir desse momento a divulgar as tradições, imagens e pontos turísticos presentes em diversos estados brasileiros buscando, dessa forma, difundir o conceito de um país diversificado em aspectos naturais, culturais e sociais.

Como podemos observar na Tabela 2, não foi só a mudança feita na campanha publicitária da EMBRATUR nos últimos anos, que tem influenciado o comportamento na decisão dos turistas internacionais. A internet é o meio de comunicação que mais tem influenciado as decisões de viagem em 2010, resultado da progressiva globalização e crescimento das novas tecnologias. Por esta razão, o motivo “informações de amigos e parentes” que tinha o maior peso nas influências de viagens passa a ser menos citado ao longo do tempo e em seu lugar a influência da internet ganha maior peso e passa a ser o meio de comunicação mais bem colocado. No ano de 2003, mais de 60% dos turistas internacionais em sua primeira visita ao País, apontavam a “*informação de amigos*”⁷ (EMBRATUR, 2004, p.26) como o principal fator de influência para escolher o Brasil como destino de sua viagem, no ano seguinte esse número caiu para 37% e atingiu o valor de 29% em 2010.

Tabela 2 - Meio de comunicação que influenciou a decisão da viagem ao Brasil

Meio de Comunicação	Ano						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Internet	26,8%	19,9%	19,9%	24,4%	27,6%	30,1%	30,9%
Amigos e parentes	37,3%	43,1%	39,7%	38,4%	30,7%	30,8%	28,4%
Viagem corporativa	-	16,9%	19,5%	17,9%	17,1%	15,6%	16,0%
Agência de viagens	11,3%	-	8,5%	8,6%	13,6%	12,2%	14,5%
Guias turísticos impressos	-	8,4%	7,5%	5,8%	6,5%	7,3%	6,2%
Feiras, eventos e congressos	-	-	-	1,3%	1,6%	1,4%	1,4%
Folders e brochuras	-	1,1%	0,4%	0,5%	0,4%	0,3%	0,4%
Outros	24,6%	10,6%	4,5%	3,1%	2,5%	2,3%	2,2%

Fonte: EMBRATUR (2011)

Atualmente, a atuação da EMBRATUR é dirigida de acordo com o Plano Aquarela - Marketing Turístico Internacional do Brasil lançado em 2005; instrumento que criou estratégias, metas e objetivos específicos para o trabalho de promoção internacional do

⁷Em 2004 a pesquisa da EMBRATUR sofreu uma mudança em sua metodologia. O motivo “informação de amigos” de 2003 corresponde a “informações de amigos e parentes” para a pesquisa dos anos seguintes.

turismo no Brasil. Através de pesquisas, o plano retrata a realidade do mercado turístico mundial, o posicionamento do Brasil relativamente a principais países competidores, o perfil do turista a ser conquistado e os produtos que devem ser promovidos, de acordo com a particularidade de cada mercado. Por se tratar de um instrumento atualizado anualmente, o plano admite que a tomada de decisão esteja sempre de acordo com as estratégias projetadas e, dessa forma, também esteja flexível às alterações ocorridas no mercado turístico global.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para o presente trabalho foram usados livros, monografias e publicações que considerassem tópicos básicos ao entendimento do turismo, dados e exemplos de principais países receptores de turistas, políticas públicas de fomento ao turismo e dados e diagnósticos estatísticos governamentais. A revisão foi feita preliminarmente ao desenvolvimento do trabalho. Dessa forma, foi possível analisar quais os dados e métodos mais adequados para se chegar aos objetivos propostos e ainda avaliar a qualidade da informação do tema, buscando ferramentas disponíveis que estimassem os impactos das políticas públicas do turismo no contexto econômico.

Esta análise foi dividida em duas etapas: a primeira etapa se consistiu na busca por dados estatísticos e indicadores econômicos que permitissem uma análise econômica das atividades turísticas dos anos 2001 a 2009 no Brasil. Também se buscou dados sobre os fluxos de turistas, receita cambial gerada pelo turismo, movimento de passageiros e investimentos realizados para o setor. A procura foi feita em sites governamentais como do IBGE, do Ministério do Turismo (MTur), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), da Universidade de Brasília (UnB), do Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR), entre outros. A segunda etapa foi buscar autores que desenvolvessem trabalhos nessa área, priorizando os mais adequados ao propósito da pesquisa. Foram levantadas bibliografias que abrangessem conceitos básicos e também fornecessem exemplos práticos. Também se levantou as publicações e artigos que tratassem do problema do planejamento turístico e das dificuldades que o governo enfrenta para estimular o desenvolvimento do turismo brasileiro no contexto atual.

Na primeira etapa foram recolhidas algumas informações a respeito das preferências turísticas passadas e atuais a fim de entender melhor quais as políticas adequadas para a promoção do espaço turístico. No contexto político, as primeiras ações do governo tiveram início na década de 30 com o Decreto-Lei nº 406, de 4 de Maio de 1938 que dispõe sobre a entrada de estrangeiros no território nacional. Porém o planejamento público só foi ocorrer em 1969 com o Plano Nacional de Turismo - PLANTUR. E o planejamento só foi posto em prática, ainda, muitos anos depois. Foram encontrados nessa seção documentos que comprovam as iniciativas do Governo principalmente a partir da criação do Ministério do Turismo.

Em relação ao atendimento do segundo objetivo específico da pesquisa vale destacar a publicação “Economia do Turismo: Uma Perspectiva Macroeconômica 2003-2007” lançada

pelo IBGE em 2010, que trouxe alguns dados sobre atividades econômicas estreitamente ligadas ao turismo. Esse estudo permitiu uma avaliação individualizada das atividades que compõem o setor turístico em diversos anos e sua contextualização com toda a conjuntura econômica e as políticas públicas.

O instrumental de análise escolhido para desenvolver este trabalho foi em parte baseado nesse estudo do IBGE, que se desenvolveu a partir de pesquisas do Instituto, como: Pesquisa Anual de Serviços, Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF e Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – PNAD. As atividades relacionadas ao turismo foram agregadas através da compatibilização da Classificação Nacional das Atividades Econômicas – CNAE com a definição da Organização Mundial de Turismo – OMT para essas atividades. O IBGE, dessa forma, propôs a identificação das atividades no Sistema de Contas Nacionais através de códigos relativos à CNAE.

A ideia inicial do trabalho consistia na análise econômica das atividades turísticas da última década (de 2001 a 2009), tendo como base os dados já tratados pelo IBGE. Embora a publicação sirva de objeto de estudo para análises acerca da conjuntura turística na economia, ainda só foram disponibilizados dados estatísticos referentes aos de anos 2003 a 2007. Os dados publicados permitem a adoção de uma metodologia mais atual para análise de diversos anos e para a contextualização com toda a conjuntura econômica contemporânea mundial. A reprodução das tabelas não foi possível de ser realizada, uma vez que não há dados disponíveis da PNAD, CNAE e SCN com o nível de desagregação desejada. Isso ilustra a precariedade de informações ainda existente no campo turístico. Portanto, para não haver perda de uniformidade e não cometerem-se erros de metodologia, será utilizada como fonte estatística apenas a publicação original do IBGE para a análise do período. O período analisado compreende os anos de 2003 a 2007.

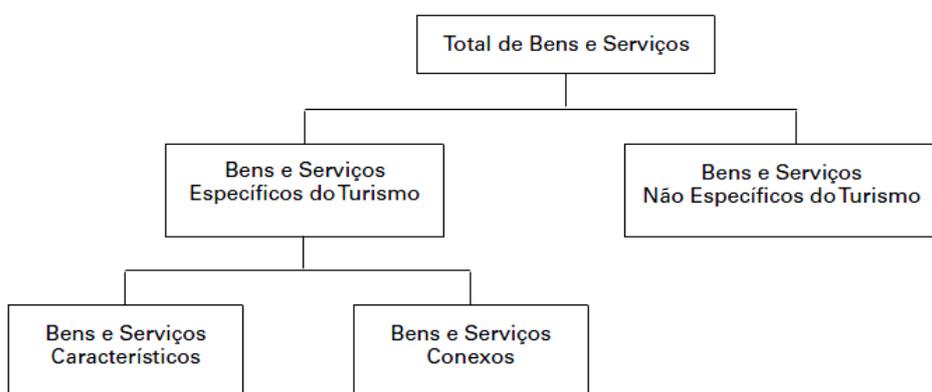
Segundo o IBGE, a OMT classifica os bens e serviços em dois grupos: os bens e serviços específicos do turismo e os bens e serviços não específicos do turismo. Fazem parte do primeiro grupo:

- a) produtos característicos do turismo: aqueles que deixariam de existir em quantidade significativa ou para os quais o nível de consumo seria sensivelmente diminuído em caso de ausência de visitantes. Exemplo: transporte aéreo de passageiros.

- b) produtos conexos ao turismo: categoria residual , inclui produtos que, apesar de identificados como específicos do turismo, não são considerados assim em todos. Exemplo: transporte ferroviário urbano de passageiros.

A figura 2 fornece a representação dos produtos característicos do turismo:

Figura 2: Modelo analítico das estruturas características do turismo:



Fonte: IBGE (2010)

Com base nos conceitos apresentados de produtos turísticos, podemos classificar as unidades locais e empresas que possuem sua produção de bens e serviços dentro desses produtos de acordo com suas respectivas finalidades. A classificação das atividades vai de acordo com a produção principal de produtos característicos do turismo já visto anteriormente. Essa classificação é a utilizada pela OMT e segue a ISIC – Internacional Standard Industrial Classification, facilitando a comparação entre os países.

No Sistema de Contas Nacionais, as atividades e seus produtos são estruturados a partir da CNAE. Para estimar esses valores o IBGE identificou os códigos CNAE exclusivos das Atividades Características do Turismo nas atividades do Sistema de Contas Nacionais. Após essa identificação, foi calculada a participação dessas atividades no resultado final de cada atividade do Sistema de Contas Nacionais, obtendo-se determinados valores para tais atividades. Admitiu-se, como hipótese de trabalho, que os procedimentos de equilíbrio de produto são distribuídos de forma proporcional a todos os seus códigos CNAE referentes. O setor das Atividades Características do Turismo, da publicação, que será utilizado neste trabalho, está descrito em anexo (IBGE, 2010).

4 O SEGMENTO TURÍSTICO NO BRASIL

O turismo brasileiro tem conquistado espaço junto a diversos setores da economia, evidenciando a tendência de crescimento para os empresários da área. Seu crescimento possui uma dinâmica própria e não pode ser vista como um movimento temporário. Buscar dados e conhecimentos na área torna-se, portanto, fundamental. Este capítulo decorre sobre os dados e resultados encontrados, fazendo um panorama do turismo no Brasil, sob uma ótica econômica. Primeiramente será apresentado o turismo internacional e turismo doméstico e a importância que possuem na economia brasileira, e em seguida serão analisadas as atividades características do turismo através de indicadores como: valor adicionado, rendimento e ocupações.

4.1 Turismo Internacional

Embora o turismo mundial e brasileiro seja predominantemente doméstico, é pelo turismo internacional que ocorre o aumento de renda via entrada de divisas. Ou seja, o fluxo de dinheiro estrangeiro entra no país, possibilitando a geração de recursos para gastos e investimentos, que podem, por sua vez, gerar emprego e renda. O fluxo internacional proporciona esse fluxo de entrada de divisas que será usado na compra de produtos e serviços brasileiros, determinando um aumento da renda nacional.

Ao observarmos a economia mundial, verificamos um aumento significativo da chegada de turistas internacionais que, segundo o Documento Referencial Turismo no Brasil 2011-2014 (BRASIL. Ministério do Turismo, 2010), tem superado o crescimento da economia.

Atualmente, o mercado de viagens representa 30% das exportações mundiais de serviços e 6% das exportações mundiais totais. Como categoria de exportação, o turismo se situa em 4º lugar, depois apenas dos combustíveis, produtos químicos e automóveis. Para muitos países, a atividade turística é uma das principais fontes de receita e imprescindível para a geração de emprego e renda.

O turismo internacional desempenha um papel de atividade de exportação, e admite a entrada rápida de divisas, auxiliando a atenuar os déficits da balança de pagamentos. Entretanto, é importante ressaltar que nem todos os países utilizam essa entrada de fluxos em produtos nacionais. Por muitas vezes, essas divisas são utilizadas para importar produtos que

os turistas estão acostumados a obter em seus países de origem, portanto é uma questão de saber vender seus produtos e serviços com qualidade, de forma a substituir os produtos importados pelos nacionais. Por essa razão, conforme afirmam Lage e Milone(2009, p. 129-130), em alguns casos, o turismo não garante a entrada de divisas:

Por exemplo, no Caribe, [...] 70 cents de cada dólar recebido pelas exportações turísticas vazavam da renda do país para pagar as importações exigidas pelos turistas. Assim, nesses países não é conveniente fomentar unicamente o turismo como fonte exclusiva de garantir a entrada de recursos estrangeiros.

Durante as últimas décadas foi possível constatar uma desconcentração ininterrupta do turismo mundial com o aumento e maior procura de novos destinos turísticos. De acordo o MTur (2006) através de dados da OMT, enquanto os cinco maiores países receptores de turistas crescem a taxas negativas, o oposto tem sido observado nos países que se situam abaixo do 15º lugar no ranking, grupo que pertence o Brasil. A Tabela 3 mostra o ranking dos principais países receptores de turistas nos últimos anos. Atualmente o ranking mantém-se, com apenas uma alteração na posição dos Estados Unidos que passa para segundo lugar com mais turistas que a Espanha. Por sua vez, o gráfico 1 permite verificar a evolução das chegadas de turistas internacionais no período que se estende de 1950 a 2004.

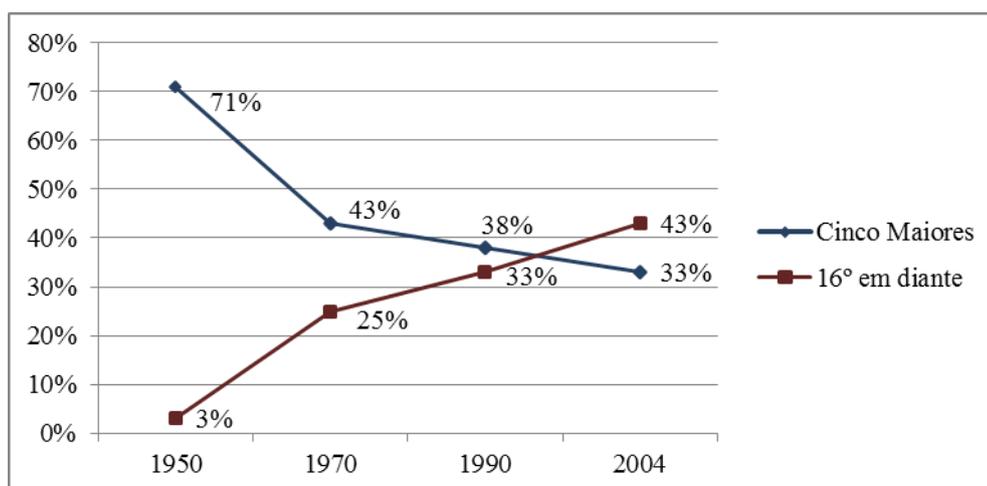
Tabela 3 - Ranking dos principais países receptores de turistas por chegada de turistas

Posição	1950	1970	1990	2000	2004
1	Estados Unidos	Itália	França	França	França
2	Canadá	Canadá	Estados Unidos	Estados Unidos	Espanha
3	Itália	França	Espanha	Espanha	Estados Unidos
4	França	Espanha	Itália	Itália	China
5	Suíça	Estados Unidos	Áustria	China	Itália
Total	71%	43%	38%	36%	33%

Fonte: OMT apud TOURISM INTELLIGENCE (2011) e OMT apud BRASIL. Ministério do Turismo (2006)

Nota: Tabela trabalhada pela autora

Gráfico 1 - Chegada de Turistas Internacionais por Grupo de Países (%)



Fonte: ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO apud BRASIL. Ministério do Turismo (2006)

As tabelas 4 e 5 mostram respectivamente os principais destinos, e as receitas geradas pelo turismo mundial de 2007 a 2010. Nota-se na Tabela 4 que no ano de 2010, os 10 principais países receptores de turistas internacionais receberam 417,5 milhões de turistas estrangeiros, ou seja, cerca de 44,4% do total mundial. A França lidera o ranking dos principais países receptores desde a década de 1990, resultado de grande investimento em infraestrutura, grandes programas de planificação tanto na região do litoral francês como na região de montanha, e programas que investem em suas vantagens culturais e naturais.

Tabela 4 - Principais países receptores de turistas internacionais 2007-2010 (em milhões)

País	2010	2009	2008	2007
França	76,8	76,8	79,2	80,9
Estados Unidos	59,7	55,0	57,2	58,7
China	55,7	50,9	53,0	54,7
Espanha	52,7	52,2	57,9	56,0
Itália	43,6	43,2	42,7	43,7
Reino Unido	28,1	28,2	30,1	30,9
Turquia	27,0	25,5	25,0	22,2
Alemanha	26,9	24,2	24,9	24,4
Malásia	24,6	23,6	22,1	21,0
México	22,4	21,5	22,6	21,4
...				
Brasil	5,1	4,8	5,1	5,0
Total mundial	940	882	917	904

Fonte: Tabela trabalhada pela autora com dados do WORLD TOURISM ORGANIZATION-UNWTO(2007-2011)

Os Estados Unidos com US\$103,5 bilhões em 2010 lidera o ranking das receitas cambiais originárias do turismo internacional, número quase duas vezes maior que o segundo colocado, a Espanha que possui US\$ 52,5 bilhões provenientes das receitas cambiais turísticas, e em seguida no ranking surgem França, China e Itália. Os 10 primeiros países receberam no ano de 2010 em conjunto 425,9 bilhões de dólares; isso corresponde a cerca de 46,3% do total mundial. Observa-se que o Brasil não pertence ao grupo dos principais países que mais angariam recursos externos com o turismo nem entre os que mais recebem turistas.

Tabela 5 - Receita Cambial Turística dos Principais Países: 2007-2010
(em US\$ bilhões)

País	2010	2009	2008	2007
Estados Unidos	103,5	94,2	110	96,9
Espanha	52,5	53,2	61,6	57,6
França	46,3	49,4	55,6	54,3
China	45,8	39,7	40,8	37,2
Itália	38,8	40,2	45,7	42,7
Alemanha	34,7	34,6	40	36,0
Reino Unido	30,4	30,1	36	38,6
Austrália	30,1	25,4	24,8	22,3
Hong Kong	23	16,4	15,3	13,8
Turquia	20,8	21,3	22	18,5
...				
Brasil	5,9	5,3	5,8	5,0
Total mundial	919,0	852,4	941,7	857,4

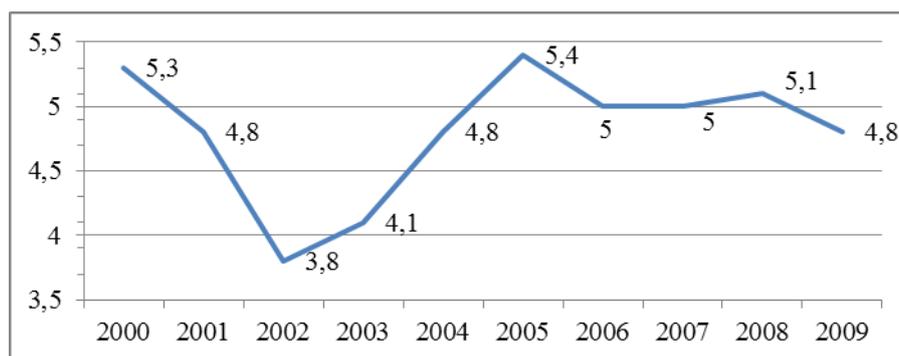
Fonte: World Tourism Organization - UNWTO (2007-2011)

Estes dados demonstram a necessidade de investimentos no País para que se consiga competir no mercado internacional com um número maior de turistas e melhores resultados na receita cambial turística, uma vez que os resultados do turismo no Brasil ainda são pouco expressivos.

4.1.1 Fluxo Emissivo para o Brasil

Durante o período de 2000 a 2009, o Brasil obteve entradas de turistas estrangeiros na margem dos cinco milhões. De acordo com as informações apresentadas no gráfico 2, o número de turistas estrangeiros no Brasil apresentou quedas nos anos de 2002 e uma pequena variação negativa no percentual a partir do período de 2005. Sua variação ao longo dos anos não permite identificar uma clara tendência no fluxo de turistas estrangeiros no Brasil, porém se constata em 2002 uma acentuada diminuição de turistas internacionais, devido principalmente ao alarme provocado pelos ataques terroristas de 11 de setembro de 2001.

Gráfico 2 – Evolução da entrada de turistas estrangeiros no Brasil; 2000-2009 (milhões de chegadas)



Fonte: Elaborado pela autora com dados da EMBRATUR(2010)

Em relação à participação do Brasil na América do Sul e no Mundo, podemos verificar através das informações da Tabela 6 que o Brasil está estagnado em relação ao número de chegadas em comparação ao resto do Continente e do Mundo, sofrendo uma diminuição de sua participação em ambos os casos. Em 2000 a participação do Brasil em termos de chegada de turistas estrangeiros correspondia a 34,87% na América do Sul e 0,77% no Mundo, já em 2009 esse número decaiu para 23,41% na América do Sul e 0,55% no Mundo. Esse resultado confirma o baixo desempenho do Brasil em conquistar turistas estrangeiros, comparado ao restante dos países da América do Sul e do Mundo.

Tabela 6 - Chegadas de turistas internacionais: Mundo, América do Sul e Brasil – 2000-2009, (milhões de chegadas)

Ano	Mundo	América do Sul	Participação da América do Sul no Mundo (%)	Brasil	Participação do Brasil na América do Sul (%)	Participação do Brasil no Mundo (%)
2000	689,2	15,2	2,21	5,3	34,87	0,77
2001	688,5	14,6	2,12	4,8	32,88	0,70
2002	708,9	12,7	1,79	3,8	29,92	0,54
2003	696,6	13,7	1,97	4,1	29,93	0,59
2004	765,5	16,2	2,12	4,8	29,63	0,63
2005	801,6	18,3	2,28	5,4	29,51	0,67
2006	846	18,8	2,22	5	26,60	0,59
2007	900,5	20,1	2,23	5	24,88	0,56
2008	919	20,8	2,26	5,1	24,52	0,55
2009	880,5	20,5	2,33	4,8	23,41	0,55

Fonte: EMBRATUR (2010)

Visto que é conhecido o fluxo de turistas estrangeiros no país, é necessário também ter ciência de quais são as localidades de onde os turistas procedem, com a finalidade de especializar a oferta turística para o principal segmento consumidor e desenvolver estratégias de oferta de produtos específicos para os potenciais países consumidores. Por exemplo, em um mercado competidor, em que os turistas dispõem de um número restrito de dias para lazer, a disponibilidade de voos diretos procedidos de núcleos emissores de turistas é um fator competitivo importante, que deve ser levado em consideração. O grupo dos principais países emissores de turistas ao Brasil pouco tem se alterado nos últimos anos.

Conforme apresentado na Tabela 7, a Argentina apresenta-se em todos os anos como o principal emissor de turistas para o Brasil com altas perspectivas de crescimento atingindo 1,39 milhões de turistas em 2010. De acordo com o “Estudo da Demanda Turística Internacional 2004 – 2010” feito pelo MTur (2011), os argentinos que procuram o Brasil como destino turístico, vêm geralmente por lazer e buscam a modalidade de turismo de sol e praia, ou, em menor escala procuram a modalidade de natureza, ecoturismo e aventura. Dos locais visitados, predominam os Estados da região Sul e Sudeste.

Tabela 7 - Ranking dos 10 maiores emissores de turistas para o Brasil

País	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Argentina	992.299	933.061	921.679	1.017.675	1.211.159	1.399.591
Estados Unidos	793.559	721.633	695.749	625.506	603.674	641.377
Itália	303.878	287.898	268.685	265.724	253.545	245.491
Uruguai	341.647	255.349	226.111	199.403	189.412	228.545
Alemanha	308.598	277.182	257.740	254.264	215.595	226.630
Chile	169.026	169.026	260.430	240.087	170.491	200.724
França	263.829	275.913	254.367	214.440	205.860	199.719
Paraguai	249.030	198.958	212.022	217.709	180.373	194.340
Portugal	357.640	299.211	280.438	222.558	183.697	189.065
Espanha	172.979	211.741	216.891	202.624	174.526	179.340

Fonte: EMBRATUR, Mtur (2003-2011)

O aumento substancial das entradas de turistas argentinos até 2009 se deve principalmente a aproximação da relação monetária entre o peso e o real. Enquanto o Brasil via sua moeda depreciando-se em 2008, o peso argentino sofria uma leve apreciação (CAMPANARIO, 2008) o que tornava as viagens ao Brasil mais baratas. Enquanto a Argentina enviava grandes números de turistas ao Brasil, os demais países emissores enviavam ao Brasil um número cada vez menor de turistas até 2009, com a exceção do Chile que apresentou em 2007 um crescimento de 47,67% em relação a 2006 e do Peru, que embora não esteja entre os 10 principais países emissores cresceu cerca de 50,52% no mesmo período. Segundo presidente da EMBRATUR, Jeanine Pires, a acessibilidade aérea é a principal responsável pelo desempenho dos mercados vizinhos, referindo-se à oferta de voos internacionais entre esses países e o Brasil no ano de 2006 (ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO, 2008).

Podemos concluir após a verificação dos dados que o fluxo emissivo para o Brasil pouco tem se alterado ao longo dos anos. As políticas governamentais feitas durante o período não foram suficientes para atrair um número maior de turistas estrangeiros no período. Embora o Brasil tenha recebido cada vez mais turistas argentinos, não obteve tanto sucesso com outros países emissores; o motivo para tal acontecimento ainda é desconhecido, alguns autores citam a exposição da mídia internacional sobre a criminalidade brasileira. Segundo Gonçalves (2008, p.15) embora o Rio de Janeiro seja um grande trunfo no turismo do Brasil, por outro lado, o destino sofre de uma reputação negativa com relação à violência e à criminalidade. Outros autores afirmam que o mau desempenho do Brasil se deve a lacuna nos serviços aéreos, tanto na sua abrangência, dado que várias cidades ainda não são atendidas pelo transporte aéreo regular como na qualidade dos serviços (DEMANT, 2011, p. 125).

4.1.2 Perfil da Demanda Internacional

Em relação ao comportamento do turista no Brasil, é indispensável o conhecimento de informações características como hospedagem, gasto, tempo de permanência, perfil socioeconômico e cidades mais visitadas, além da opinião do turista. Para isso foi realizado o Estudo da Demanda Turística Internacional realizado pelo Ministério do Turismo para os anos de 2004 a 2010, com turistas estrangeiros.

Nesse estudo os motivos das viagens foram divididos em duas categorias principais: “Lazer” e “Negócios, Eventos e Convenções”. Os dados mostram que, durante todos os anos, o principal motivo das viagens ao Brasil tem sido o lazer, atingindo 46,1% do total em 2010. O motivo “Negócios, Eventos e Convenções” atingiu, em 2010, a faixa dos 23% e “outros motivos” correspondeu a cerca de 30% das respostas dos entrevistados. Em relação à satisfação do turista após a viagem ao Brasil, 31,5% teve suas expectativas superadas e 53,8% dos entrevistados afirmou que o destino atendeu plenamente as expectativas.

Os meios de hospedagem mais utilizados nos últimos anos têm sido hotéis, flats e pousadas com 52,9% em 2010, e em seguida casa de amigos ou parentes com 29%. O estrangeiro permanece em média 17,2 dias no destino e gasta em média US\$1139,84 por viagem.

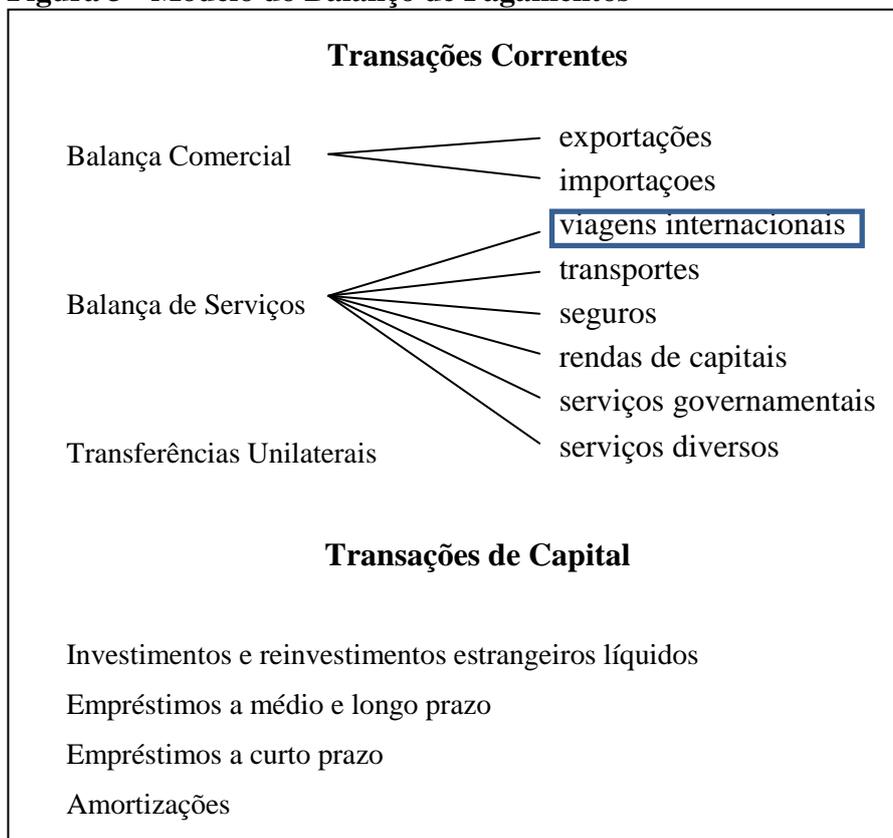
As cidades mais procuradas para lazer pelos turistas estrangeiros são: Rio de Janeiro (RJ), Foz do Iguaçu (PR), Florianópolis (SC), São Paulo (SP) e Armação dos Búzios (RJ). Viagens com motivos de “negócios” têm maior destino em: São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ) ambos Estados somando mais de 70%; e outros Estados como Curitiba (PR), Porto Alegre (RS) e Belo Horizonte (MG), que aparecem em menor proporção. É importante salientar que a maior parte dos turistas estrangeiros vem da Argentina, por isso nota-se a preferência pelas regiões do Sul e Sudeste, por ser mais próximo, e dessa forma, ser possível a entrada no país por automóvel. Outras cidades que aparecem na pesquisa como grandes receptoras de turistas estrangeiros são: Salvador (BA) e Curitiba (PR).

4.1.3 Entrada de Divisas e Evolução da Receita e Despesa Cambial

Como já dito anteriormente, o desenvolvimento do segmento turístico, tanto doméstico quanto internacional, pode trazer diversos resultados benéficos para o país. Em relação ao turismo internacional, um dos efeitos mais almejados é à entrada de divisas. No balanço de

pagamentos, essas divisas referentes ao turismo são registradas na conta “viagens internacionais”, pertencente ao balanço de serviços – conforme podemos ver na figura 3.

Figura 3 - Modelo do Balanço de Pagamentos



Fonte: Lage e Milone(2009, p.137)

Nota: Modificado pela autora

A conta viagens internacionais possui como receita os gastos dos turistas estrangeiros em seu país, e como despesa os gastos pelos residentes nos demais países. Portanto, o superávit do turismo ocorre quando os turistas estrangeiros gastam mais em determinado país do que os residentes desse país quando viajam ao exterior, favorecendo dessa forma a balança de serviços.

A atividade turística movimenta a economia e contribui para seu equilíbrio na balança de serviços – setor base para o desenvolvimento do turismo. Por outro lado, os gastos realizados em função do turismo também beneficiam o setor de prestação de serviços como um todo, sejam eles serviços de transportes e viagens, seguros, rendas de capitais, e serviços diversos. (TAMBOSI, 2006,p. 16)

Na Tabela 8 verificamos que durante o período de 2001 a 2011 o Brasil apresentou sucessivos aumentos na receita cambial turística. Em 2011 a receita cambial turística obteve um crescimento de 14,4% comparado a 2010. Porém, segundo os dados oficiais do Banco Central (2012, apud MTur, 2012), durante os últimos anosos gastos dos brasileiros no exterior cresceram a um ritmo superior aos gastos dos estrangeiros dentro do país, resultando em constantes déficits na balança turística que decorrem do crescimento econômico no País e da valorização cambial do real em relação ao dólar, ocasionando no aumento da demanda dos brasileiros por viagens para o exterior. Os gastos no item viagens internacionais são bastante sensíveis à taxa de câmbio. Na última década apenas em 2003 e 2004 foi possível verificar um superávit na conta turística brasileira. Entretanto, os déficits registrados não significam queda no turismo interno, já que o total de desembarques nacionais vem registrando constantes crescimentos.

Tabela 8- Receita e despesa cambial turística: Brasil - 2001-2011
(em milhões de US\$)

Ano	Receita	Despesa	Superávit / Déficit
2001	1.731	3.199	-1468
2002	1.998	2.396	-398
2003	2.479	2.261	218
2004	3.222	2.871	351
2005	3.861	4.720	-858
2006	4.316	5.764	-1.448
2007	4.953	8.211	-3.258
2008	5.785	10.962	-5.178
2009	5.305	10.898	-5.594
2010	5.919	16.422	-10.503
2011	6.775	21.234	-14.459

Fonte: BANCO CENTRAL DO BRASIL (2012, apud MTur, 2012)

Nota: Dados 2011 revisados.

A fim de analisar a participação que o setor turístico brasileiro vem apresentando no contexto global, a Tabela 9 apresenta os dados da receita turística cambial do Brasil, da América do Sul e do Mundo. De 2001 a 2009 o Brasil apresentou um crescimento de 13,81 pontos percentuais na participação das receitas cambiais em relação à América Latina, e 0,25 pontos percentuais na participação mundial.

Tabela 9 - Receita Cambial: Mundo, América do Sul e Brasil 2001-2011
(em bilhões de US\$)

Ano	Mundo	América do Sul	Participação da América do Sul no Mundo (%)	Brasil	Participação do Brasil na América do Sul (%)	Participação do Brasil no Mundo (%)
2001	471,60	11,30	2,40	1,73	15,31	0,37
2002	474,20	9,20	1,94	2,00	21,74	0,42
2003	525,10	8,60	1,64	2,48	28,84	0,47
2004	632,70	10,90	1,72	3,22	29,54	0,51
2005	678,70	12,40	1,83	3,86	31,13	0,57
2006	744,00	14,40	1,94	4,32	30,00	0,58
2007	857,40	16,90	1,97	4,95	29,29	0,58
2008	941,70	19,20	2,04	5,78	30,10	0,61
2009	852,40	18,20	2,14	5,30	29,12	0,62

Fonte: EMBRATUR(2003-2012)

Nota-se que embora a participação do Brasil nas receitas turísticas ainda seja pequena, ela tem apresentado ritmos crescentes na última década, ao contrário do que tem acontecido em relação à participação do país em entrada de turistas estrangeiros, que apresenta participações menores ao longo dos anos. Isso significa que o estrangeiro tem gasto cada vez mais na sua permanência no Brasil.

4.2 Turismo Doméstico

Apesar de não contribuir diretamente para a captação de receitas internacionais, o turismo doméstico representa uma enorme parcela do turismo brasileiro, cerca de 85% do total, sendo um importante gerador de emprego e renda no país (ASCOM, 2011).

Para identificar as principais características do turismo doméstico utilizaremos nesse trabalho microdados da pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil, realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE, 2007) em convênio com o Ministério do Turismo.

4.2.1 Fluxo Doméstico

Na Tabela 10 a seguir são apresentados os resultados da proporção de domicílios com viajantes, por tipo de viagem: Internacionais (2,7%); Rotineiras(7,9%); e Domésticas

propriamente ditas (38,2%). Naturalmente, a proporção de domicílios com viajantes da população brasileira pesquisada é dada pela soma das proporções de cada tipo de destino, descontada a parcela de intersecção, para evitar dupla contagem de indivíduos (não de viagens), o que equivale a 43,4% (FIPE, 2007).

Tabela 10 - Proporção de Domicílios Urbanos com Viajantes, por Tipo de Viagem

Tipo de Viagem	(%)
Viagem Doméstica	38,2
Viagem Rotineira	7,9
Viagem Internacional	2,7
Total: Realizou pelo menos 1 desses tipos de viagem	43,4

Fonte: FIPE; Mtur (2007)

O turismo doméstico representa uma parcela fundamental do turismo brasileiro. Conforme a Tabela 11, o turismo doméstico movimentou mais de 50 milhões de viagens aéreas anualmente. Isso corresponde a quase dez vezes mais viagens que o turismo internacional receptivo e receitas diretas 5,6 vezes superiores que as advindas do mercado turístico internacional. Em 2010, os principais estados receptores foram São Paulo (32,86%), Rio de Janeiro (15,12%), Distrito Federal (12,52%) e Minas Gerais (7,54%).

Tabela 11 - Desembarques nacionais de passageiros em aeroportos e variação percentual, segundo Grandes Regiões e Unidades da Federação - Janeiro-Dezembro- 2009-2010

Grandes Regiões, UF	Desembarques de passageiros		
	2009	2010	Variação %
Brasil	56.024.144	68.258.268	21,84
Norte	3.467.965	4.128.594	19,05
Acre	204.739	237.766	16,13
Amapá	232.195	270.842	16,64
Amazonas	1.083.938	1.294.530	19,43
Pará	1.426.468	1.662.489	16,55
Rondônia	281.289	353.960	25,83
Roraima	91.111	116.170	27,50
Tocantins	148.225	192.837	30,10
Nordeste	11.475.859	13.421.762	16,96
Alagoas	546.646	700.692	28,18
Bahia	3.650.334	3.746.665	2,64
Ceará	2.133.572	2.546.269	19,34
Maranhão	591.335	812.503	37,40
Paraíba	335.922	514.419	53,14
Pernambuco	2.689.525	3.064.845	13,95
Piauí	281.008	406.528	44,67
Rio Grande do Norte	885.446	1.158.701	30,86
Sergipe	362.071	471.140	30,12

(continua...)

(...conclusão)

Sudeste	26.164.738	32.433.011	23,96
Espírito Santo	1.169.762	1.327.815	13,51
Minas Gerais	3.216.348	4.226.080	31,39
Rio de Janeiro	7.082.737	8.470.867	19,60
São Paulo	14.695.891	18.408.249	25,26
Sul	6.797.469	8.442.181	24,20
Paraná	3.009.617	3.741.074	24,30
Rio Grande do Sul	2.436.893	2.933.522	20,38
Santa Catarina	1.350.959	1.767.585	30,84
Centro-Oeste	8.118.113	9.832.720	21,12
Distrito Federal	5.890.166	7.012.472	19,05
Goiás	897.997	1.172.488	30,57
Mato Grosso	833.566	1.060.541	27,23
Mato Grosso do Sul	496.384	587.219	18,30

Fonte: EMBRATUR; INFRAERO (2011)

Notas: 1. Os dados incluem desembarques de passageiros residentes e não residentes no Brasil.

2. Dados atualizados em 22/02/2011

Através dessas informações vemos a importância do turismo brasileiro doméstico, nos aeroportos e voos nacionais. Esse ritmo tem saturado os aeroportos que não possuem estrutura para suportar o volume dessa demanda. Porém também é indispensável lembrar que o turismo interno é essencialmente rodoviário, enquanto todos os aeroportos nacionais registram a movimentação em torno a 55 milhões de passageiros por ano, entre embarques e desembarques, as rodovias brasileiras somam mais de 1,2 bilhão de pessoas, em viagens a trabalho e passeio (CCR- NOVA DUTRA, 2009). Portanto o turismo doméstico apenas se desenvolve onde existem muitos quilômetros de rodovias bem cuidadas e seguras. A restrição que a malha rodoviária brasileira possui e o estado de conservação e de segurança insuficiente das que existem não comportam o crescimento e o desenvolvimento do turismo doméstico no Brasil.

4.2.2 Perfil da Demanda Doméstica

O mercado turístico interno do Brasil é ainda extremamente concentrado, apesar do tamanho significativo do mercado turístico doméstico. As famílias com classe de renda acima de 15 Salários Mínimos representam mais de 50% do total de turistas no Brasil, como pode ser observado nas informações contidas na Tabela 12:

Tabela 12 - Composição por faixa de renda da demanda por turismo doméstico no Brasil

Estimativa de população e turistas em classe de renda		
Classe de Renda (SM)	População	Turistas
0 a 4	71,98%	17,50%
4 a 15	23,89%	38,28%
Mais de 15	4,13%	54,83%

Fonte: FIPE/EMBRATUR- 2002

Um grupo de família de alta renda é em geral mais exigente em relação aos serviços e produtos que desejam consumir. Portanto, essas famílias procuram locais que ofereçam maior conforto e tratamento diferenciado, recursos que ainda não se encontram em abundância nas diversas regiões do Brasil. Essa situação acaba por privilegiar o turismo em outros países, e em decorrência, observa-se aumento do número de brasileiros que fazem turismo no exterior.

Do ponto de vista geográfico, podemos observar que os Estados e Regiões que apresentam maior número populacional, geralmente são os maiores emissores e receptores de turistas domésticos, conforme as informações contidas na Tabela 13:

Tabela 13 - Composição regional do mercado doméstico no Brasil dos principais estados emissores e receptores, em número de turistas

U.F	Origem		Destino		Relação (2002)
	(%) 2002	(%)1998	(%) 2002	(%)1998	Emis./Recp.
SP	27,47%	24,51%	22,97%	18,72%	1,20
RJ	12,47%	6,82%	9,40%	8,24%	1,33
MG	8,42%	6,71%	8,73%	6,94%	0,96
PR	7,31%	7,50%	6,90%	7,05%	1,06
BA	7,08%	4,28%	8,87%	6,87%	0,80
RS	5,29%	5,63%	5,90%	4,08%	0,90
SC	4,89%	2,87%	5,59%	5,07%	0,87
PE	3,39%	4,61%	3,57%	4,79%	0,95
CE	3,22%	4,90%	5,86%	7,30%	0,55
RN	2,96%	2,46%	3,38%	2,32%	0,88
Brasil	100%	100%	100%	100%	1,00

Fonte: FIPE/EMBRATUR - 2002

Conforme as informações contidas na Tabela 14 pode-se observar que a principal motivação das viagens de turismo doméstico tem sido o lazer em todas as regiões analisadas no Brasil, apresentando uma média de 76,1% no ano da pesquisa. As principais razões do

turista que viaja em busca de lazer é visitar amigos e/ou parentes, e corresponde a 50,2% da média no Brasil.

Tabela 14–Motivos, motivações e atrativos turísticos, por região e total

	S	SE	NE	N	CO	Brasil
Tipo de viagem						
Lazer	79,6%	84,4%	64,6%	52,5%	77,2%	76,1%
Não Lazer	20,4%	15,6%	35,4%	47,5%	22,8%	23,9%
Razões das viagens de lazer						
Visitar amigos / parentes	58,9%	49,4%	57,1%	30,8%	43,8%	50,2%
Fuga da rotina /descanso	20,9%	31,5%	26,9%	20,5%	21,8%	27,5%
Atrativos Turísticos	6,2%	11,6%	7,4%	27,4%	13,2%	11,5%
Veranismo	9,3%	2,5%	4,3%	6,9%	4,9%	4,3%
Atrativos Culturais	1,7%	0,9%	1,8%	8,0%	11,1%	2,5%
Estância Climática	0,2%	1,5%	0,2%	0,0%	0,6%	0,9%
Prática esporte por lazer	1,2%	0,7%	0,8%	0,4%	2,3%	0,8%
Compras por lazer	0,3%	0,3%	0,9%	2,6%	0,6%	0,7%
Ecoturismo	0,2%	0,4%	0,3%	0,6%	0,2%	0,4%
Parques temáticos	0,3%	0,5%	0,1%	0,1%	0,0%	0,3%
Assistir comp. Esportivas	0,5%	0,1%	0,1%	0,4%	0,0%	0,2%
Resorts, Hotéis ou Spas	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%
Outras	0,3%	0,4%	0,0%	1,8%	1,5%	0,5%

Fonte: FIPE/EMBRATUR - 2002

Dessa forma, os turistas unem o lazer proporcionado pela região turística com o reestabelecimento de antigos convívios sociais. O expressivo número de turistas que viaja para visitar amigos e parentes é um fator importante que surge do resultado de grande quantidade de migrantes nacionais inter-regionais (oriundos do êxodo rural, criação de Brasília, etc.) e intra-regionais; e que resulta nos grandes números de turismo doméstico no Brasil.

4.2.3 Impactos do Turismo Doméstico na Economia

Já foi visto anteriormente o turismo brasileiro é preponderantemente doméstico. E é para ele que a maior parte das atividades turísticas está voltada. A importância do turismo

interno na economia pode ser observada através dos gastos realizados pelos turistas domésticos conforme os dados apresentados na Tabela 15:

Tabela 15 - Impactos econômicos do turismo doméstico no Brasil

Participação no PIB (relativo a 2001)	Consumo doméstico (gastos turísticos)
4,1%	R\$ 48,4 bilhões

Fonte: FIPE/EMBRATUR - 2002

Um dos mais importantes impactos que o turismo doméstico proporciona é o fato de que o dinheiro gasto pelos visitantes permanece na região e possui a capacidade de apoiar a economia local, provocando uma melhora na distribuição de renda e se reproduzindo na região. Esse efeito de reprodução do dinheiro gasto é conhecido como efeito multiplicador e é muito importante para o desenvolvimento do turismo, dos demais setores e das comunidades locais.

4.3 Evolução das Atividades Características do Turismo no Período 2003-2007

Reconhecer que o turismo possui grande importância na economia mundial e brasileira não é o bastante. São necessários estudos que quantifiquem os impactos desse segmento sobre a economia, à luz de uma análise econômica. Assim, torna-se imprescindível a identificação das atividades relacionadas ao turismo, com o objetivo de quantificar e compreender a relação econômica existente entre o turismo e o país.

Segundo o IBGE (2010) as atividades características do turismo foram responsáveis por 3,64% da produção total da economia brasileira, o que corresponde a uma quantia de R\$ 168,8 bilhões. Além disso, o turismo contribuiu com 7,1% do total gerado pelo setor de serviços. As atividades que possuem maior participação na produção das atividades características do turismo são os serviços de alimentação, transporte rodoviário, atividades recreativas, culturais e desportivas e transporte aéreo, conforme podemos verificar nas tabelas 16 e 17 abaixo:

Tabela 16 – Valor da produção a preços correntes (1.000.000 R\$) do total da economia e das atividades características do turismo, Brasil – 2004 - 2007

Atividades	2004	2005	2006	2007
Total da economia	3.432.735	3.786.683	4.121.766	4.628.740
Atividades Características do Turismo	120.847	134.193	149.642	168.830
Serviços de alojamento	6.320	7.524	8.330	9.325
Serviços de alimentação	45.945	50.608	61.279	67.452
Transporte ferroviário	35	37	43	56
Transporte rodoviário	22.312	24.437	26.442	32.383
Transporte aquaviário	481	499	580	572
Transporte aéreo	15.187	15.994	14.525	16.044
Serviços auxiliares dos transportes	9.295	10.219	11.474	13.060
Atividades de agências e organizadores de viagens	2.779	3.399	3.153	3.610
Aluguel de bens móveis	2.082	2.585	3.134	3.917
Atividades recreativas, culturais e desportivas	16.411	18.891	20.682	22.411

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais. (2010)

Tabela 17 – Participação da produção dos segmentos nas atividades características do turismo, 2004-2007

Atividades Características do Turismo	2004	2005	2006	2007
Serviços de alimentação	38,02	37,71	40,95	39,95
Transporte rodoviário	18,46	18,21	17,67	19,18
Atividades recreativas, culturais e desportivas.	13,58	14,08	13,82	13,27
Transporte aéreo	12,57	11,92	9,71	9,50
Serviços auxiliares dos transportes	7,69	7,62	7,67	7,74
Serviços de alojamento	5,23	5,61	5,57	5,52
Aluguel de bens móveis	1,72	1,93	2,09	2,32
Atividades de agências e organizadores de viagens	2,30	2,53	2,11	2,14
Transporte aquaviário	0,40	0,37	0,39	0,34
Transporte ferroviário	0,03	0,03	0,03	0,03

Fonte: Elaborado pela autora com dados do IBGE (2010)

Através da Tabela 16 verificamos que todas as atividades características do turismo registraram um crescimento ao longo desses anos, com exceção do transporte aquaviário que em 2007 sofreu queda de 1,38% da produção e do transporte aéreo e agências e organizadoras de viagens que em 2006 sofreram quedas na produção de 9,18% e 7,24% respectivamente, ambos devido à crise na companhia aérea Varig.

Importante observar que os serviços de alojamento apresentam uma participação relativamente pequena durante todos os anos de cerca de 5,5%, isso ocorre porque cerca de 60% dos turistas internos (que são a maior parte no turismo brasileiro) utilizam como meio de hospedagem a casa de amigos e parentes, como já havia sido mencionado de acordo com o estudo realizado pelo FIPE (2007) sobre a demanda turística doméstica.

Outro elemento estatístico medido pelo IBGE consiste no consumo intermediário que as atividades características do turismo apresentaram nestes anos. O consumo intermediário equivale ao valor dos bens e serviços que são consumidos como insumos no procedimento da produção. Através da Tabela 18, podemos constatar a relação existente entre consumo intermediário e valor da produção nas atividades características do turismo no ano de 2007.

De acordo com essa relação, o aumento de produção de determinada atividade demandará o acréscimo de insumos, ocasionando na ampliação da produção dos seus fornecedores imediatos. Assim, todos os demais segmentos fornecedores de insumos também sofrerão impactos, por sua vez, indiretos. Ou seja, cada alteração de demanda de uma determinada atividade gera efeito de sequência sob as demais, efeito que é possível de ser mensurado a partir desse modelo.

Tabela 18 – Relação entre o consumo intermediário e o valor da produção das Atividades Características do Turismo- 2007 - Brasil

Descrição	Consumo Intermediário / Valor da Produção
Atividades Características do Turismo	0,51
Transporte aéreo	0,75
Transporte ferroviário	0,59
Serviços de alimentação	0,57
Transporte rodoviário	0,45
Serviços de alojamento	0,45
Atividades de agências e organizadores de viagens	0,44
Serviços auxiliares dos transportes	0,42
Aluguel de bens móveis	0,37
Atividades recreativas, culturais e desportivas	0,34
Transporte aquaviário	0,33

Fonte: IBGE (2010)

As atividades que exigiriam uma maior quantidade de insumos para ampliar a sua oferta em 2007 foram: transporte aéreo, transporte ferroviário e serviços de alimentação. Em 2007, o transporte aéreo apresentou a maior relação consumo intermediário/valor da produção (0,75). Além do transporte aéreo, mostraram-se relações superiores à média das atividades características do turismo (0,51): o transporte ferroviário (0,59) e os serviços de alimentação (0,57).

4.3.1 Evolução do Valor Adicionado

Outro importante elemento que permite uma avaliação sobre o desempenho das atividades características do turismo é a evolução do valor adicionado ao longo do tempo. O valor adicionado é uma informação que mede o valor criado por um agente econômico. É a quantidade de valor calculado em termos de preços que a sociedade, por meio do uso de recursos que tem a sua disposição, adicionou a um conjunto anteriormente já existente de mercadorias em determinado tempo, ou seja, o valor adicional que os bens e serviços adquirem ao transformarem-se durante o processo produtivo. Na Tabela 19 podemos verificar o valor adicionado das atividades turísticas no período de 2004 a 2007:

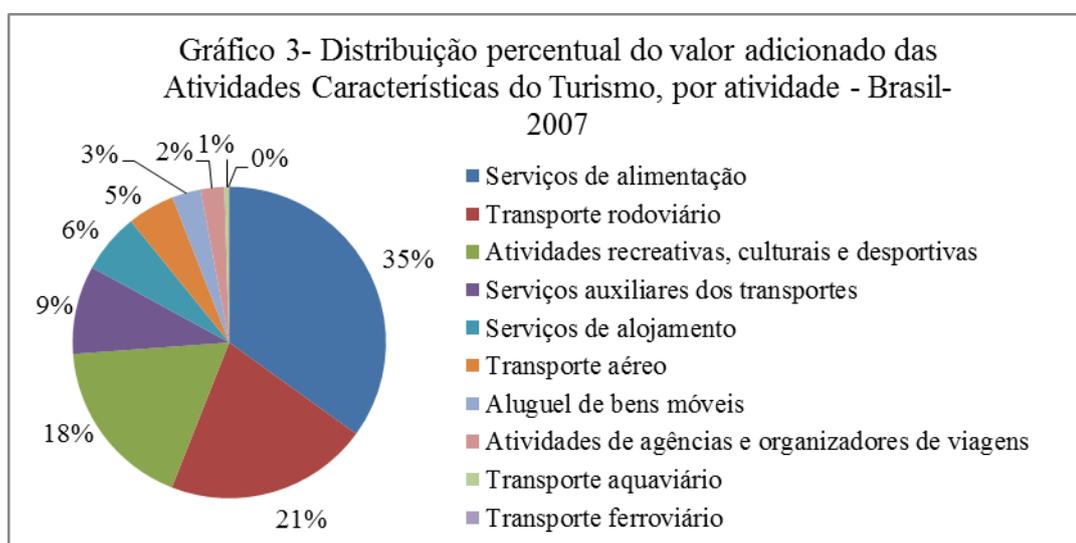
Tabela 19 - Valor adicionado a preços correntes do total da economia e das Atividades Características do Turismo, segundo as atividades - Brasil – 2004 - 2007.

Atividades	Valor adicionado a preços correntes (1 000 000 R\$)				Cresc. Percentual ¹
	2004	2005	2006	2007	
Total da economia	1.666.258	1.842.253	2.034.734	2.287.858	37,31%
Atividades Características do Turismo	59.117	66.044	73.868	82.744	39,97%
Serviços de alojamento	3.476	4.273	4.533	5.136	47,76%
Serviços de alimentação	19.364	21.396	26.856	28.945	49,48%
Transporte ferroviário	15	15	19	23	53,33%
Transporte rodoviário	11.956	13.294	14.231	17.370	45,28%
Transporte aquaviário	303	318	430	384	26,73%
Transporte aéreo	4.418	4.344	4.159	4.044	-8,47%
Serviços auxiliares dos transportes	5.105	5.789	6.484	7.595	48,78%
Atividades de agências e organizadores de viagens	1.467	1.780	1.812	2.030	38,38%
Aluguel de bens móveis	1.291	1.626	2.006	2.456	90,24%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	11.722	13.209	13.338	14.761	25,93%

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais. (2010)

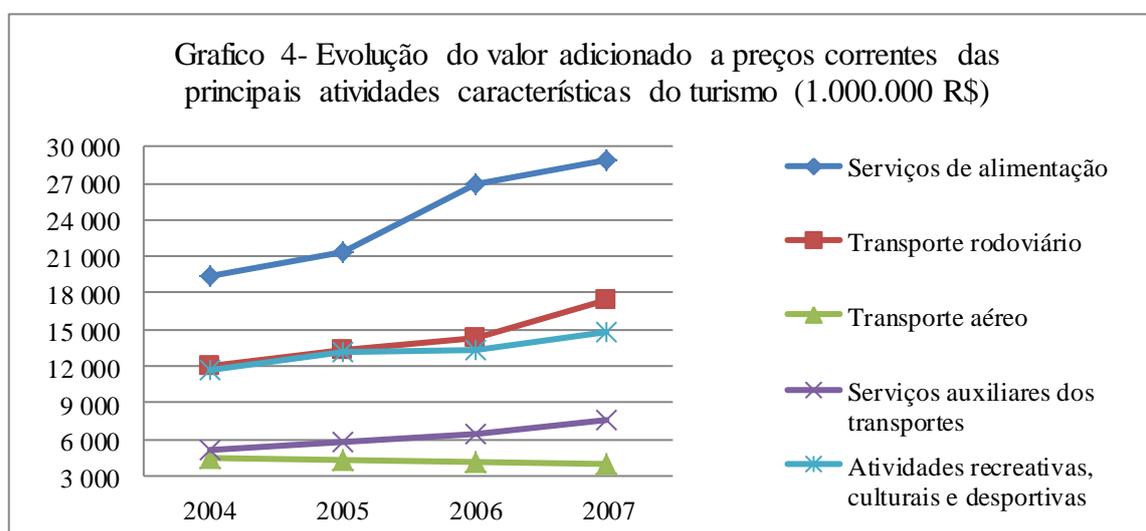
Nota¹: Refere-se ao ano de 2007 em relação a 2004, tabela trabalhada pela autora

As atividades que tiveram um maior crescimento desde 2004 foram: aluguel de bens móveis (90,24%), transporte rodoviário (53,33%) e serviços de alimentação (49,48%). Como podemos observar no gráfico 3, as atividades que mais contribuem na criação de valor adicionado são os serviços de alimentação e transporte rodoviário. Em 2007 os serviços de alimentação atingiram R\$ 28,94 bilhões, cerca de 35% do valor adicionado das atividades características do turismo. Somado ao transporte rodoviário essa porcentagem ultrapassa os 55%.



Fonte: Elaborado pela autora com dados do IBGE (2010).

O gráfico 4 apresenta o crescimento das atividades turísticas nos anos de 2004 a 2007 que apresentaram maior valor adicionado. Constatamos no gráfico o grande aumento da atividade de alimentação durante o período, principalmente de 2005 a 2006. Nesse estudo não foi possível explicar o motivo para tal desempenho, uma vez que as atividades da alimentação são formadas por um conjunto muito extenso de empresas e seu delineamento só é possível através de uma análise minuciosa sobre as empresas inseridas no segmento. O transporte rodoviário por sua vez, teve maior crescimento em 2006, aumentando a sua participação no valor total adicionado das atividades características do turismo em 2007. A única atividade que apresentou redução no valor adicionado durante esses anos foi o transporte aéreo que atingiu 2007 com R\$ 374 milhões a menos que em 2004.



Fonte: Elaborado pela autora com dados do IBGE (2010)

Segundo Eduardo Pontes, economista do IBGE, em entrevista para a rede de notícias Agência Brasil (2007), o baixo desempenho da produtividade nos transportes aéreos reflete o impacto da entrada de novas empresas no mercado, que assumiram o lugar das antigas líderes. Segundo o economista, houve uma intensa concorrência de empresas de estrutura enxuta, que privilegiaram baixos custos de operação. Parte das antigas empresas líderes perdeu participação e outras foram extintas. Por se tratar de um segmento muito concentrado (quatro empresas respondem por 85% do total da receita), qualquer desempenho desfavorável causa impacto no setor como um todo. Outro motivo apontado foram os acréscimos nos preços dos combustíveis para a aviação, que correspondem a cerca de 30% dos custos operacionais.

4.3.2 Pessoal Ocupado no Segmento do Turismo

Com a evolução das sociedades modernas, a estrutura das ocupações tomou forma com base no desenvolvimento tecnológico, na expansão dos mercados, na divisão e organização do trabalho e no crescimento de regiões comerciais ou industriais. Nesse sentido, o turismo tem sido apontado como um segmento importante na geração de novos empregos, principalmente por se tratar de um setor com menor tendência à automação em comparação com o setor industrial.

Através de dados disponibilizados pelo IBGE (2010), podemos observar a dimensão das ocupações das atividades turísticas em relação com o total da economia brasileira, e seu avanço ao longo dos anos.

Tabela 20- Total de ocupações na economia e nas Atividades Características do Turismo, segundo as atividades - Brasil - 2003-2007

Atividades	Total de ocupações				
	2003	2004	2005	2006	2007
Total da economia	84.034.981	88.252.473	90.905.673	93.246.963	94.713.909
Atividades Características do Turismo	5.355.783	5.262.695	5.387.826	5.714.669	5.872.612
Serviços de alojamento	305.144	324.294	344.572	352.419	346.900
Serviços de alimentação	2867.418	2.673.934	2.696.587	2.857.677	2.887.001
Transporte ferroviário	433	501	349	572	400
Transporte rodoviário	1.003.364	1.052.444	1.064.644	1.079.351	1.176.476
Transporte aquaviário	26.123	27.779	27.054	27.055	29.165
Transporte aéreo	45.878	35.254	36.966	37.642	44.472
Serviços auxiliares dos transportes	159.538	178.058	176.717	194.152	187.295
Atividades de agências e organizadores de viagens	107.594	106.314	110.619	118.891	118.983
Aluguel de bens móveis	29.698	34.606	36.271	32.923	41.886
Atividades recreativas, culturais e desportivas	810.593	829.411	894.047	1.013.987	1.040.034

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais. (2010)

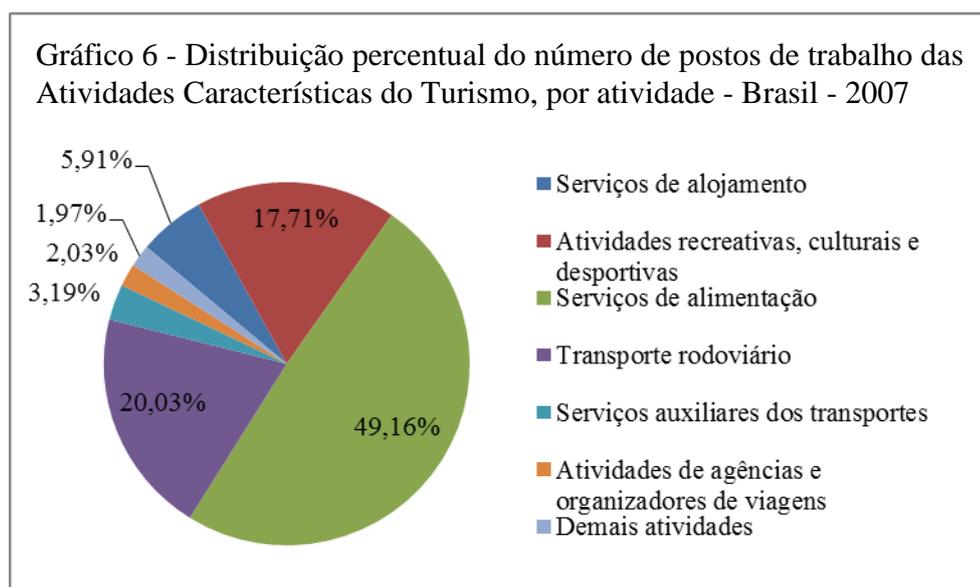
De acordo a Tabela 20, as Atividades Características do Turismo atingiram 5,87 milhões de ocupações o que correspondia a 10,1% do total do setor de serviços e 6,2% do total da economia. Como podemos observar no gráfico 5, até 2005 houve uma redução na participação das ocupações das atividades turísticas do turismo no total da economia, mas a partir de 2006 já é possível verificar um crescimento nas ocupações no segmento turístico

superior a outras atividades, o que resulta num aumento da participação das atividades características do turismo, que atinge 6,2% do total da economia em 2007.



Fonte: Elaborado pela autora com dados do IBGE (2010)

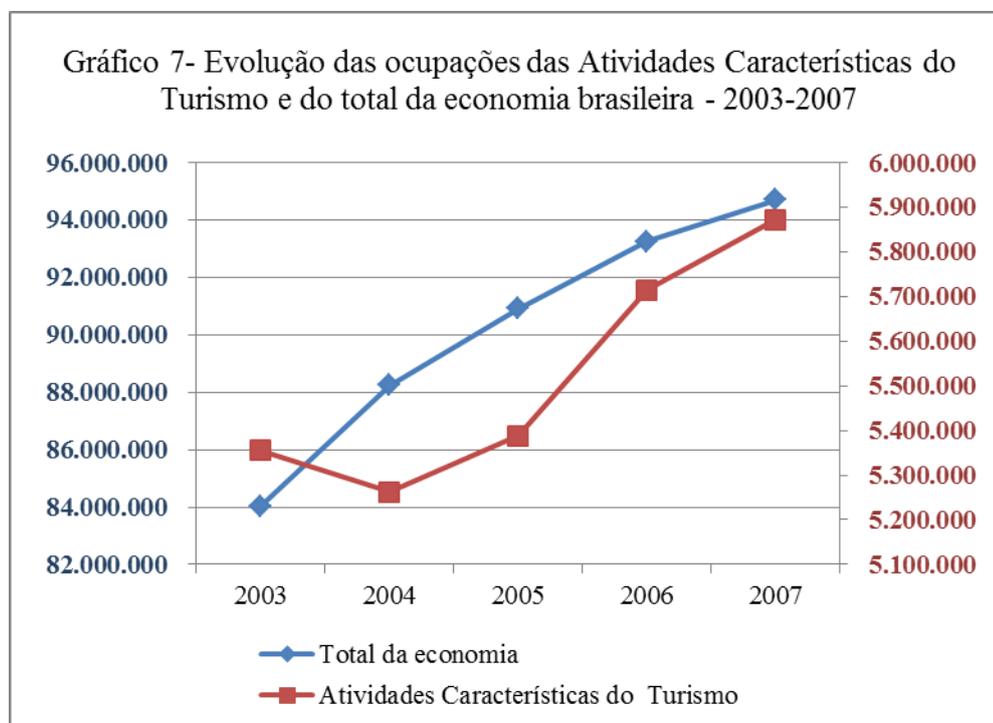
Dentre as atividades, a que registrou um maior número de ocupações foi o segmento de alimentação com cerca de 2,89 milhões de empregos, ou seja, 49,2% do total das atividades turísticas. Outra atividade que obteve grande participação no total das atividades características do turismo foi o segmento rodoviário com 1,7 milhão de ocupações, ou seja, cerca de 20% do total. O gráfico 6 mostra a distribuição percentual das ocupações nas atividades características do turismo:



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais (2010)

Com base nos dados que vimos até agora, evidenciamos o peso que os serviços de alimentação possuem nas atividades características do turismo. Grande parte do crescimento econômico das atividades relacionadas ao turismo se deve aos serviços de alimentação. Entre outros fatores, há dois pontos importantes nos serviços de alimentação que traduzem esse crescimento e que devem ser ponderadas: primeiramente, a mudança cultural em hábitos alimentares na população local, ou seja, uma crescente procura de restaurantes e bares de uma população que a cada dia busca comer mais fora de casa, e em segundo lugar, a demanda turística, que procuram os serviços de alimentação ora pela necessidade (uma vez que em grande parte dos casos o turista não dispõe de uma cozinha para preparar suas refeições), ora pelo próprio anseio do turista de conhecer a cultura e gastronomia do lugar, já que a alimentação é um dos principais componentes que identificam uma cultura e uma localidade.

Através do gráfico 7 podemos comparar o crescimento das ocupações das atividades características do turismo com a economia brasileira. Enquanto em 2004 a economia brasileira obteve seu maior crescimento em ocupações no período analisado, as atividades características do turismo tiveram em 2004 uma diminuição de 93.088 ocupações em relação ao ano anterior.



Fonte: Elaborado pela autora com dados do IBGE (2010)

A diminuição no número de ocupações ocorreu basicamente em duas atividades: nos serviços de alimentação e no transporte aéreo. Em relação ao transporte aéreo, grande parte das demissões ocorreu devido ao programa de compartilhamento de voos (codeshare) da empresa aérea Varig com a TAM e a possibilidade de fusão entre elas. Novamente, nada podemos inferir em relação à diminuição das ocupações nos serviços de alimentação, por seu tamanho e dispersão no território brasileiro.

4.3.3 Evolução dos Rendimentos

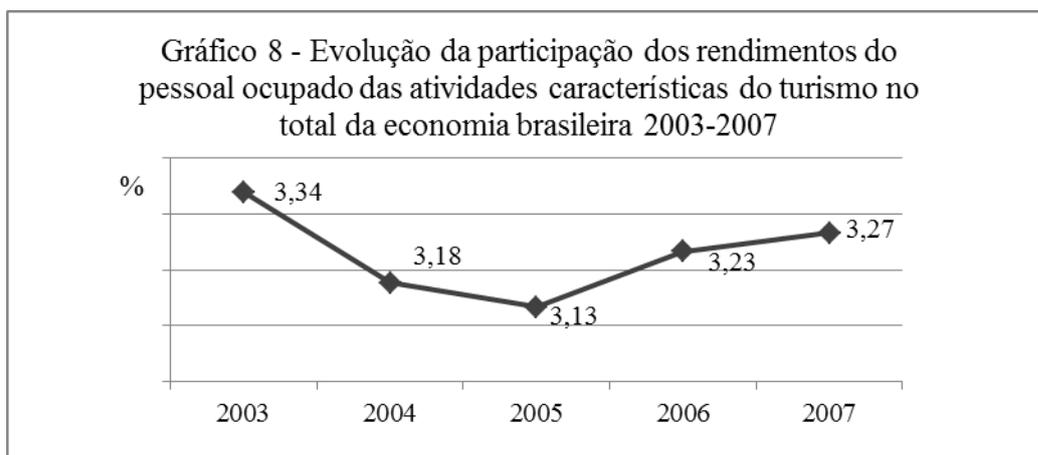
Já vimos anteriormente que as atividades turísticas são caracterizadas por empregos de baixa remuneração. Através de uma análise dos rendimentos, podemos verificar se as ocupações nesse setor são remuneradas no Brasil de acordo com essa ótica, e perceber como a evolução das remunerações ao longo do tempo nessas atividades se relaciona com o total dos rendimentos na economia brasileira.

Em 2007, as atividades do turismo pagaram R\$ 35,9 bilhões em rendimentos ao pessoal ocupado (Tabela 21), um acréscimo nominal de 14,6% em comparação a 2006. De acordo com os dados, o aumento nominal dos rendimentos do total da economia em 2007 em relação a 2003 foi de 63,7%, já as atividades características do turismo tiveram um menor crescimento, de 60,1%, resultando uma menor participação do turismo nos rendimentos totais. Em 2007 as atividades características do turismo apresentaram uma participação de 3,27% no total da economia brasileira como podemos ver no gráfico 8 que apresenta a evolução da participação das remunerações totais pagas pelas atividades do turismo na economia brasileira.

Tabela 21- Valor dos rendimentos do pessoal ocupado no total da economia e nas Atividades Características do Turismo (1.000.000 R\$) segundo as atividades - Brasil - 2003-2007

Atividades	2003	2004	2005	2006	2007
Total da economia	671.872	763.237	860.886	969.391	1.099.903
Atividades Características do Turismo	22.435	24.245	26.980	31.341	35.924
Serviços de alojamento	2.270	2.560	2.892	3.209	3.613
Serviços de alimentação	7.271	6.857	7.503	9.026	10.757
Transporte ferroviário	12	21	15	19	18
Transporte rodoviário	3.771	4.217	4.633	4.974	5.849
Transporte aquaviário	501	770	852	976	1.169
Transporte aéreo	2.083	2.192	2.306	2.575	2.765
Serviços auxiliares dos transportes	1.691	2.267	2.541	3.244	3.661
Atividades de agências e organizadores de viagens	840	925	1.138	1.196	1.351
Aluguel de bens móveis	334	399	421	574	681
Atividades recreativas, culturais e desportivas	3.662	4.037	4.679	5.548	6.060

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais. (2010)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais. (2010)

Através do gráfico 8, percebemos que o quadro da participação dos rendimentos do pessoal ocupado das atividades características do turismo no total da economia permanece estável, isso significa que o crescimento do rendimento das atividades turísticas não tem sido expressivas a ponto de ultrapassar a média brasileira, mantendo o grau de participação na casa dos 3-3,5% durante esses cinco anos.

Por meio da compilação das tabelas 20 e 21 podemos analisar a remuneração média por ocupação das atividades características do turismo. A remuneração por ocupação nessas atividades ocupação cresceu 11,5% (em termos nominais) entre 2006 e 2007. As atividades

em que a remuneração média apresentou um maior crescimento entre 2006 e 2007 foram: transporte ferroviário (35,28%) – que no ano anterior havia apresentado o menor resultado (menos 25,33% em comparação a 2005), serviços de alimentação (18,0%) e serviços auxiliares do transporte (17,0%). A remuneração média por ocupação para todas as atividades econômicas do País cresceu 11,2%, entre 2006 e 2007.

Entre 2003 e 2007, a remuneração por ocupação das atividades do turismo passou de R\$ 4,2 mil para R\$ 6,1 mil, um crescimento de 46,0% em termos nominais. Nesse período, o maior crescimento ocorreu nas atividades transporte aquaviário (109,1%), serviços auxiliares do transporte (84,4%) e transporte ferroviário (58,2%).

Tabela 22 - Salário médio mensal, em valor corrente, pago pelo total da economia e pelas Atividades Características do Turismo, segundo as atividades - Brasil - 2003-2007

Atividades	Salário médio mensal, em valor corrente (R\$)				
	2003	2004	2005	2006	2007
Total da economia	523,76	564,15	624,33	688,98	765,63
Atividades Características do Turismo	296,70	324,22	357,30	392,56	433,38
Serviços de alojamento	516,97	544,00	590,35	634,90	717,79
Serviços de alimentação	190,91	192,44	210,95	236,09	272,88
Transporte ferroviário	1924,56	2661,34	2865,33	2185,31	2818,46
Transporte rodoviário	260,46	278,64	309,49	327,51	348,78
Transporte aquaviário	1333,44	1829,92	2057,61	2362,47	2581,99
Transporte aéreo	2915,34	3949,91	4082,58	4724,33	3997,86
Serviços auxiliares dos transportes	719,26	863,01	992,64	1155,02	1323,84
Atividades de agências e organizadores de viagens	573,92	634,91	754,84	730,36	818,04
Aluguel de bens móveis	771,66	787,44	804,13	1199,77	1103,13
Atividades recreativas, culturais e desportivas	313,04	340,20	366,50	392,35	434,84

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Contas Nacionais. (2010)

Ao analisarmos individualmente os salários das atividades características do turismo, percebemos a discrepância dos valores entre si. Os maiores salários médios mensais no ano de 2007 pertencem ao transporte aéreo (R\$ 3997,86); transporte ferroviário (R\$ 2818,46); transporte aquaviário (R\$ 2581,99). E os menores salários estão nos serviços de alimentação (R\$ 272,88); Transporte rodoviário (R\$ 348,78) e Atividades recreativas, culturais e desportivas (R\$ 434,84).

De acordo com os dados, verificamos que as Atividades Características do Turismo em conjunto possuem salário médio mensal de R\$ 433,38, um valor médio menor do que oito

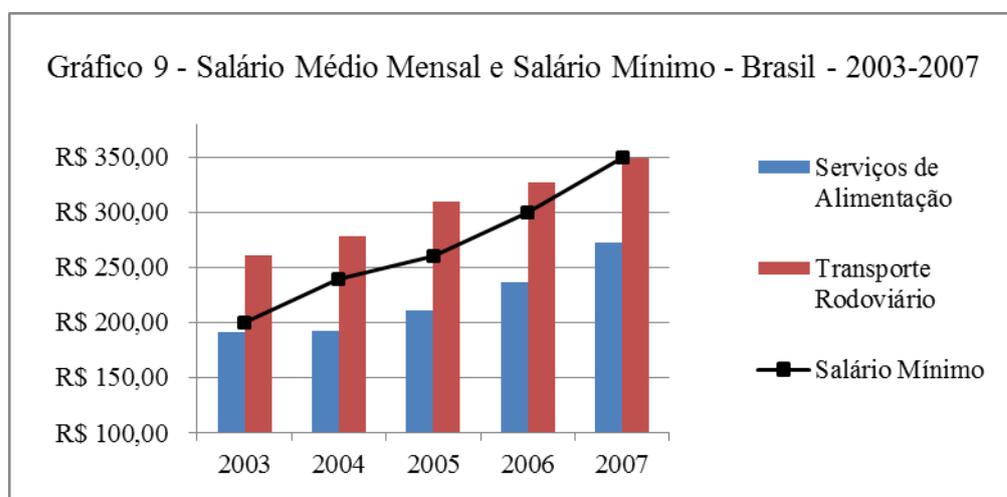
das dez atividades pertencentes ao grupo. Isso ocorre devido ao grande número de empregos nos serviços de alimentação e no transporte rodoviário que juntos compõem a maior parte das ocupações nas atividades características do turismo e que, entretanto, também recebem os menores salários médios mensais.

Outra informação importante que podemos retirar da tabela diz respeito aos baixos salários dos serviços de alimentação e do transporte rodoviário. Isso porque essas atividades apresentaram salários médios mensais abaixo dos salários mínimos em vigor no período (Tabela 24). Os serviços de alimentação apresentaram salários inferiores ao salário mínimo durante todo o período de 2003 a 2007. Já o transporte rodoviário teve média de salários mensais em 2007 abaixo dos R\$ 350,00 estipulados para o salário mínimo em 2006 e início de 2007 (para fins de comparação considera-se o salário mínimo de 2006, uma vez que este permaneceu em vigor até abril de 2007). A comparação pode ser vista no gráfico 9.

Tabela 23 - Salário Mínimo Brasileiro – 2002-2008

01-04-2002	Medida Provisória nº 35 publicada no D.O.U. Em 28.03.2002	R\$ 200,00
01-04-2003	Lei nº 10.699 de 09.07.2003	R\$ 240,00
01-05-2004	Lei nº 10.888 de 24.06.2004	R\$ 260,00
01-05-2005	Lei nº 11.164 de 18.08.2005	R\$ 300,00
01-04-2006	Lei nº 11.321 de 07.07.2006	R\$ 350,00
01-04-2007	Lei nº 11.498 de 28.06.2007	R\$ 380,00
01-03-2008	Lei nº 11.709 de 19.06.2008	R\$ 415,00

Fonte: Portal Brasil (2011)



Fonte: Elaborado pela autora com dados do Portal Brasil (2011) e IBGE (2010)

Nota: Para o salário mínimo, foi considerado o menor valor em vigor durante o ano.

Este resultado comprova a ilegalidade presente nos contratos trabalhistas e a dificuldade da população que trabalha nessas atividades de receberem o mínimo estipulado pelo governo. Grande parcela da população que trabalha nos serviços de alimentação trabalha de forma informal, sem nenhum vínculo empregatício e sem carteira de trabalho assinada. Para essas pessoas, é como se não houvesse as leis trabalhistas. O salário mínimo quando aplicado exerce um efeito positivo no mercado de trabalho, funciona como base para as negociações e tem um impacto na redução dos índices de pobreza no país. Segundo Pastore (2011), a informalidade é definida como a ausência de proteções básicas, em geral, garantidas pela Previdência Social. Entre as principais causas da informalidade são apontadas o fraco desempenho econômico, a excessiva rigidez da legislação trabalhista, os altos custos da contratação formal, à inadequação das leis para as pequenas e microempresas e a frouxidão da fiscalização. Portanto antes de ponderar o aumento das ocupações nas atividades turísticas o governo brasileiro deveria primeiramente investir na capacitação dos profissionais da área, a fim de inseri-los de forma competitiva no mercado de trabalho, assim como fiscalizar as empresas e proteger os direitos dos trabalhadores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou retratar o panorama econômico do segmento turístico no Brasil, comparando as políticas governamentais tomadas com as suas implicações reais principalmente durante o período de 2001 a 2007.

Embora o planejamento turístico no Brasil seja um tema muito recente, tem ganhado força durante os últimos anos, principalmente durante o governo Lula, no qual o turismo obteve no ano de 2003 um Ministério específico e a criação do PNT, plano que delimita as funções e metas do governo. A questão do planejamento do turismo tem como objetivo a promoção do turismo com um fator de inclusão social, redutor de desigualdades, que atraia divisas para o país, e estimule o desenvolvimento do produto turístico com qualidade (PNT 2007/2010). Outros atos importantes para o planejamento do turismo que merecem ser lembrados são: a reestruturação da EMBRATUR, em 1991 quando passou a ser uma autarquia federal através da Lei 8.181, de 28 de março. A criação do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) e o Programa de Regionalização do Turismo (PRT).

Foram analisados no trabalho os planos nacionais de turismo 2003 e 2007. O primeiro plano correspondente ao período 2003 a 2007 teve uma estrutura pouco elaborada, com um diagnóstico precário da realidade turística brasileira e com metas superestimadas que não foram possíveis de serem realizadas no tempo proposto. Os resultados encontrados ilustram a dificuldade que o governo apresentou para atingir os objetivos. Os investimentos no segmento turístico são muito recentes, e, por essa razão, ainda não foi possível obter um aumento significativo em número de turistas estrangeiros ou atender a demanda de turistas domésticos. Já o PNT lançado em 2007 teve uma maior preocupação em obter um diagnóstico mais completo da situação da atividade turística brasileira. Entretanto, permanece no plano a existência de metas inadequadas que, por exemplo, priorizam a criação de empregos, porém não resolvem o problema de remuneração e qualificação dos profissionais.

Na análise do Instituto Brasileiro de Turismo, percebemos uma melhora na estratégia de marketing e na qualidade dos materiais utilizados, a partir de sua reestruturação em 1991. Desde esse momento a EMBRATUR passa a divulgar as tradições, imagens e pontos turísticos presentes em diversos estados brasileiros, difundindo o conceito de um país diversificado em aspectos naturais, culturais e sociais. Nesse processo de divulgação do território brasileiro, foi observado o aumento da influência da tecnologia nos meios de comunicação. A internet passa a ser o meio de comunicação com maior influência nas decisões de viagem em 2010.

Ao examinarmos o turismo internacional no Brasil, verificamos a necessidade de maiores investimentos no segmento a fim de conseguir competir no mercado internacional, uma vez que os números de turistas estrangeiros no País e os números das receitas cambiais turísticas ainda são pouco expressivos comparando com outros países. As políticas governamentais feitas durante o período não foram satisfatórias para atrair um número maior de turistas estrangeiros no período. Embora o Brasil tenha recebido cada vez mais turistas vindos da Argentina (principal emissor de turistas para o Brasil), não obteve tanto sucesso com outros países emissores. Alguns autores citam o problema da má reputação do Brasil frente à criminalidade, outros falam sobre a lacuna dos serviços aéreos. Porém, seja qual for a principal razão, é necessário um avanço na resolução de todos os problemas citados.

Foi apresentado no estudo que o turismo no Brasil é preponderantemente doméstico, cerca de 85% do total do turismo é interno. Os turistas domésticos viajam principalmente para visitar amigos e parentes, e para fugir da rotina e descansar. Esse tipo de turismo é essencialmente rodoviário e, portanto, depende da existência de rodovias bem cuidadas e seguras. A restrição que a malha rodoviária brasileira tem e seu mau estado de conservação e de segurança não comportam o crescimento e o desenvolvimento do turismo interno, principalmente com a utilização de transportes individuais em primazia. Outro meio de transporte muito utilizado são os serviços aéreos, devido a grande extensão do território brasileiro. As críticas a esse tipo de transporte turístico se dá aos aeroportos, que não possuem estrutura para suportar o volume da demanda.

Através dos dados do IBGE verificamos também que a produção do turismo correspondeu a 3,64% da produção total em 2007, e as atividades que mais contribuem nesse valor são: serviços de alimentação, transporte rodoviário, atividades recreativas, culturais e desportivas e transporte aéreo. Todas as atividades características do turismo registraram crescimento na produção ao longo desses anos (com exceção do transporte aquaviário em 2007 - queda de 1,38%, e do transporte aéreo e agências e organizadoras de viagens em 2006 - quedas 9,18% e 7,24% respectivamente devido à crise na companhia aérea Varig).

De acordo com a relação entre consumo intermediário e valor da produção, foi possível constatar as atividades que com o aumento de produção causam mais impactos na economia através do aumento de seus insumos. As atividades que exigiriam uma maior quantidade de insumos para ampliar a sua oferta em 2007 foram: transporte aéreo, transporte ferroviário e serviços de alimentação.

Mais uma vez, as atividades que mais contribuem na criação de valor adicionado são os serviços de alimentação e transporte rodoviário. Em relação aos serviços de alimentação há dois pontos importantes que devem ser ponderados: a mudança cultural em hábitos alimentares de uma população que a cada dia busca comer mais fora de casa, e a demanda turística, que procuram os serviços de alimentação ora pela necessidade (uma vez que em grande parte dos casos o turista não dispõe de uma cozinha para preparar suas refeições), ora pelo próprio anseio do turista de conhecer a cultura e gastronomia do lugar.

A única atividade que apresentou redução no valor adicionado durante esses anos foi o transporte aéreo que atingiu 2007 com R\$ 374 milhões a menos que em 2004, isso devido à entrada de novas empresas no mercado e a conseqüente concorrência criada, e aos acréscimos nos preços dos combustíveis para a aviação, que correspondem a cerca de 30% dos custos operacionais (BRENDLER, 2007).

Dentre as atividades, as que registraram um maior número de ocupações foram o segmento de alimentação com cerca de 2,89 milhões de empregos, ou seja, 49,2% do total das atividades turísticas e o segmento rodoviário com 1,7 milhão de ocupações, ou seja, cerca de 20% do total (segmentos que exigem baixa qualificação profissional). Já a diminuição no número de ocupações ocorreu basicamente em duas atividades: nos serviços de alimentação e no transporte aéreo. Em relação ao transporte aéreo, grande parte das demissões ocorreu devido ao programa de compartilhamento de voos (codeshare) da empresa aérea Varig com a TAM e a possibilidade de fusão entre elas. Nada podemos inferir em relação à diminuição das ocupações nos serviços de alimentação, por seu tamanho e dispersão no território brasileiro.

Também foram analisados no último ponto do trabalho os salários das atividades características do turismo. Os maiores salários médios mensais no ano de 2007 pertencem aos setores de transporte aéreo; transporte ferroviário e transporte aquaviário. E os menores salários estão nos serviços de alimentação; transporte rodoviário e atividades recreativas, culturais e desportivas. As atividades transporte rodoviário e serviços de alimentação apresentaram salários médios mensais abaixo dos salários mínimos em vigor no período. O resultado comprova a dificuldade da população nessas atividades de receberem o mínimo estipulado pelo governo. Grande parcela da população que trabalha nos serviços de alimentação trabalha de forma informal, sem nenhum vínculo empregatício e sem carteira de trabalho assinada.

Conclui-se que as políticas governamentais adotadas foram pouco eficientes durante o período de 2001 a 2007, uma vez que não têm encaminhado à resolução dos problemas básicos que o turismo brasileiro possui. O programa atingiu um número de ocupações abaixo

do esperado e, ainda seu acréscimo ocorreu principalmente nas atividades que recebem as menores remunerações e que possuem baixas qualificações (serviços de alimentação e transporte rodoviário). Além disso, as políticas feitas no período não têm permitido a resolução dos problemas de escassez de infraestrutura para atender o desejado aumento na demanda de turistas domésticos e internacionais principalmente na área de transportes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Joaquim Pinto et al. (Org.). **A economia do turismo no Brasil**. Brasília: SENAC/DF, 2008.

ARENDIT, Ednilson José. **Introdução à economia do turismo**. 2.ed. Campinas: Alínea, 2000.

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Ministra divulga dados de desembarques de passageiros de 2007**. 17 janeiro 2008. Disponível em: <http://www.salao.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/200801171.html> Acesso em: 07 mar. 2012

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **Chile e Peru são países que mais crescem na emissão de turistas para o Brasil**. 11 maio 2008. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20080511.html> Acesso em: 16 abr. 2012

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO. **A cada dez turistas brasileiros, apenas um viaja para o exterior**. 29 dez. 2011. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20111229_2.html> Acesso em: 20 jan. 2012

BADARÓ, Rui Aurélio de Lacerda. O início do direito do turismo brasileiro: breves relatos e anotações em meio a contradições. **Direito e Sociedade em Revista**, Dracena, n. 3, p.105-137, 2008.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 19.ed. rev. e atual. Campinas: Papirus, 2003.

BOLSON, J. G.; PIRES, F.; BAHIA, E. T. Histórico e Análise das Políticas Públicas de Turismo no Brasil 1930/ 2004 - Estudo de caso Minas Gerais. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO COM BASE LOCAL, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba: ENTBL, 2004.

BORGES, Leandro Bernardes. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil: análise interdisciplinar de uma política pública em Goiás**. 2008. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) - Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Turismo. **Dados do Turismo Brasileiro**. [S.l.]: Embratur, 2010.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Turismo. **Estudo da Demanda Turística Internacional 2003**. Brasília, 2004.

BRASIL. **Mensagem ao Congresso Nacional 1999**: na abertura da 1ª Sessão Legislativa Ordinária. Brasília, 1999. Disponível em:
<https://www.planalto.gov.br/publi_04/colecao/99mens5b.htm> Acesso em: 3 out. 2011

BRASIL. Ministério do Turismo. **Regimento Interno**. [2008]. Disponível em:
< http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/regimento/ >. Acesso em: 09 nov. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Receita Cambial**. [2012]. Disponível em:
<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/receita_cambial
> Acesso em: 11 fev. 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **EMBRATUR**. [2008]. Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/embratur/>. Acesso em: 12 jan. 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo no Brasil: 2007 / 2010**. Brasília, 2006.
Disponível em:
<http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/Turismo_Brasil_2007_2010.pdf>. Acesso em: 18 out. 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Documento Referencial Turismo no Brasil 2011/2014**. Brasília, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo 2003-2007**. Brasília, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo 2007-2010**. Brasília, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. Departamento de Estudos e Pesquisas. **Anuário Estatístico de Turismo**: 2010. Brasília, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. Departamento de Estudos e Pesquisas. **Estudo da Demanda Turística Internacional 2003**. Brasília, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. Departamento de Estudos e Pesquisas. **Estudo da Demanda Turística Internacional 2004 - 2010**. Brasília, 2011.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo no Brasil: 2007-2010**. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/plano_nacional/downloads_plano_nacional/Turismo_Brasil_2007_2010.pdf> Acesso em: 03 mar 2012.

BRASIL. Presidente (1995-2003: Fernando Henrique Cardoso). **Mensagem ao Congresso Nacional na abertura da 1ª Sessão Legislativa Ordinária da 51ª Legislatura**. [S. I. : s. n.], 1999.

BRENDLER, Adriana. Produtividade de empresas de transporte aéreo caiu entre 2000 e 2005. **Agência Brasil- EBC**, Brasília, 25 julho 2007. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2007-07-26/produtividade-de-empresas-de-transporte-aereo-caiu-entre-2000-e-2005-apura-ibge>> Acesso em: 15 abr. 2012

CAMPANARIO, Sebastián. Baja el real, sube el peso: ¿vuelven las vacaciones con destino a Brasil? **Clarín**, Buenos Aires, 06 abril 2008. Disponível em: <<http://edant.clarin.com/diario/2008/04/06/elpais/p-01201.htm> > Acesso em: 17 mar. 2012.

CARVALHO, Alan Francisco de. Políticas Públicas em Turismo no Brasil. **Sociedade e Cultura**, Goiânia: Universidade Federal de Goiás, v.3, n. 1 e 2, p.97-109, 2000. Disponível em :< <http://revistas.ufg.br/index.php/fchf/article/view/458> > Acesso em: 23 setembro 2011.

CARVALHO, Luis Carlos Pereira de; VASCONCELLOS, Marco Antônio Sandoval de. **Introdução à economia do turismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

COMPANHIA DE CONCESSÕES RODOVIÁRIAS (CCR) - NOVA DUTRA. **Benefícios das Concessões de Rodovia**. 2009. Disponível em: <<http://www.novadutra.com.br/pedagio/Beneficios.aspx>> Acesso em: 15 maio 2012

CERQUEIRA, Liz Rodrigues; FURTADO, Edna Maria; MAZARO, Rosana Mara. Políticas Públicas em Turismo no Brasil: Cronologia dos 70 anos da Legislação Turística e das Instituições Oficiais de Turismo. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 6., São Paulo, 2009. **Anais...** São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2009.

CRUZ, R. C. **Política de turismo e território**. 3.ed. São Paulo: Contexto, 2002. (Coleção Turismo).

CRUZ, Rita de Cássia; SANSOLO, Davis Gruber. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 4, 2003. Disponível em: <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1154/115417955001.pdf>> Acesso em: 14 jan. 2012.

COELHO, Marcio Ferreira; FERNANDES, Ivan. 2. ed. **Economia do turismo: teoria e prática**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CUNHA, Licínio. **Economia e Política do Turismo**. Lisboa: McGraw-Hill, 1997.

DEMANT, Marcos A. R. Infraestrutura aeroportuária e o desenvolvimento do tráfego aéreo regional no Brasil. **Revista de Literatura dos Transportes**, Cidade, v. 5, n. 1, p. 124-160. 2011. Disponível em: <www.relit.org.br/r2011-005.htm> Acesso em: 20 jan. 2012.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Economia do turismo**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FERNANDES, Suellen Wallace Rodrigues. **A Inserção do Espaço Geográfico no Planejamento Nacional do Turismo**. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. **Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil**. Brasília. 2007.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. **Boletim de desempenho econômico do turismo**. Rio de Janeiro, ano inicial-ano final. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/conjuntura_economica/boletim_desempenho_turismo/> Acesso em: 23 set. 2011.

GASTAL, S; MOESCH, M. M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GEORGE, E.W.H.; REID, D.G. **Rural tourism development: localism and cultural change**. UK: ChannelViewPublications, 2009.

GONÇALVES, Daniele Cabral. **A Relação entre Transporte e Turismo: O Caso do Rio de Janeiro**. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências em Engenharia de Transporte) – Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

GLOBAL ranking of destinations and source markets. **Tourism Intelligence Network**, Quebec, jul. 2011. Disponível em: <<http://tourismintelligence.ca/2011/07/26/global-ranking-of-destinations-and-source-markets/>> Acesso em: 28 mar 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA E ESTATÍSTICA. **Economia do Turismo: Uma perspectiva macroeconômica 2003-2007**. Rio de Janeiro, 2010.

KAJIHARA, K. A. **A Imagem do Brasil no Exterior**: Análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais. 2008. Trabalho de Conclusão (Graduação em Turismo) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.

MAIA, L. F. S. Políticas públicas e identidade cultural: um binômio significativo na construção de uma intervenção no turismo local. In: BARBOSA, A.; et al (Org.) **Turismo: cultura, lazer e possibilidades de intervenção**. Natal: Banco do Nordeste, 2004.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **El marco de la responsabilidad del Estado en la gestion del turismo**. Madrid, 1982/1983

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. Rede de Educação. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. Trad. Roberto Cataldo Costa. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PASTORE, José. Os rumos do mercado informal. **O Estado de S.Paulo**, São Paulo, 26 abr. 2011. CadernoB, p. 2.

PORTAL BRASIL. **Salário mínimo nacional**. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://www.portalbrasil.net/salariominimo.htm>> Acesso em: 10 abr. 2012.

SANCHO, Amparo. **Introducción al turismo**. Madrid: OMT, 1998.

SILVA, C.L; LIMA, E.S. **Políticas públicas e indicadores para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Saraiva, 2010.

SOUZA, Washington José et al. Plano Nacional de Turismo 2007/2010: da Análise do Conteúdo aos Desafios da Prática. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 6., ano de realização do evento, cidade de realização. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2009. p. 2-10.

TAMBOSI, T. C. **Turismo Internacional e Economia no Brasil**: Uma síntese do cenário 2003-2006 e a avaliação das ações governamentais. 2006. Trabalho de Conclusão (Especialização em Economia para o Turismo) – Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

TRIGO, L. G. G.; NETTO, A. P. **Reflexões sobre um novo turismo, política, ciência e sociedade**. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2003.

WIKIMEDIA FOUNDATION. Listas de ministros do Brasil. **Wikipedia**. Washington, DC, 2011.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **UNTWO Tourism Highlights**: 2007 edition. 2007.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **UNTWO Tourism Highlights**: 2010 edition. 2010.
Disponível em:
<<http://web.efzg.hr/dok/TUR/UNWTO%20-%20Tourism%20Highlights%202010.pdf>>.
Acesso em 10 nov. 2011.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **UNTWO Tourism Highlights**: 2011 edition. 2011.
Disponível em:
<http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enlr_1.pdf>. Acesso em 15 nov. 2011.

ANEXO A - Lista de ministros do turismo do Brasil

Nome	Período	Órgão	Presidente
José Eduardo de Andrade Vieira	19 out 1992 a 22 dez 1993	Ministério de Indústria, Comércio e Turismo	Itamar Franco
Ailton Barcelos Fernandes	23 dez 1993 a 24 jan 1994		
Élcio Álvares	25 jan 1994 a 31 dez 1994		
Dorothea Werneck	1 jan 1995 a 30 abr 1996		
Francisco Dornelles	6 mai 1996 a 29 mar 1998		
José Botafogo Gonçalves	30 mar 1998 a 31 dez 1998	Ministério do Esporte e Turismo	Fernando Henrique Cardoso
Rafael Greca	1 jan 1999 a 5 mai 2000		
Carlos Melles	9 mai 2000 a 8 mar 2002		
Caio Cibella de Carvalho	8 mar 2002 a 1 jan 2003	Ministério do Turismo	Luiz Inácio Lula da Silva
Walfrido dos Mares Guia	1 jan 2003 a 22 mar 2007		
Marta Suplicy	23 mar 2007 a 3 jun 2008		
Luiz Barretto Filho	3 jun 2008 a 31 dez 2010		
Pedro Novais	1 jan 2011 a 14 set 2011		
Gastão Vieira	14 set 2011 até hoje		Dilma Rousseff

Fonte: WIKIMEDIA FOUNDATION (2011).

ANEXO B - Atividades características do turismo de acordo com a CNAE 2.0

<p>Serviços de alojamento:</p> <p>55.13-1 – Estabelecimentos hoteleiros;</p> <p>55.19-0 – Outros tipos de alojamento.</p> <p>Serviços de alimentação:</p> <p>55.21-2 – Restaurantes e estabelecimentos de bebidas, com serviço completo;</p> <p>55.22-0 – Lanchonete e similares</p> <p>55.29-8 – Outros tipos de serviços de alimentação.</p> <p>Transportes ferroviário e metroviário:</p> <p>60.29-1 – Transporte regular em bondes, funiculares, teleféricos ou trens próprios para exploração de pontos turísticos.</p> <p>Transporte rodoviário:</p> <p>60.24-0 – Transporte rodoviário de passageiros, regular, não urbano.</p> <p>60.25-9 – Transporte rodoviário de passageiros, não regular.</p> <p>Transporte aquaviário:</p> <p>61.11-5 – Transporte aquaviário de cabotagem.</p> <p>61.12-3 – Transporte marítimo de longo curso.</p> <p>61.21-2 – Transporte por navegação interior de passageiros.</p> <p>Transporte aéreo:</p> <p>62.10-3 – Transporte aéreo regular.</p> <p>62.20-0 – Transporte aéreo não regular.</p> <p>Serviços auxiliares dos transportes:</p> <p>63.21-5 – Atividades auxiliares dos transportes terrestres.</p> <p>63.23-1 – Atividades auxiliares dos transportes aéreos.</p> <p>Atividades de agências e organizadores de viagem:</p> <p>63.30-4 – Atividades de agências e organizadores de viagem.</p> <p>Aluguel de bens móveis:</p> <p>71.10-2 – Aluguel de automóveis.</p> <p>Atividades recreativas, culturais e desportivas:</p> <p>92.13-4 – Projeção de filmes e vídeos.</p> <p>92.31-2 – Atividades de teatro, música e outras atividades artística e literária.</p> <p>92.32-0 – Gestão de salas de espetáculos;</p> <p>92.39-8 – Outras atividades de espetáculos, não especificados anteriormente.</p> <p>92.51-7 – Atividades de bibliotecas e arquivos.</p> <p>92.52-5 – Atividades de museus e conservação do patrimônio histórico.</p> <p>92.53-3 – Atividades de jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais e reservas ecológicas.</p> <p>92.61-4 – Atividades desportivas.</p> <p>92.62-2 – Outras atividades relacionadas ao lazer.</p>

Fonte: IBGE (2010)

ANEXO C - Principais políticas públicas de turismo adotadas no Brasil

- 1938: Decreto-lei n ° 406, de 4 de maio de 1938: dispõe sobre a venda de passagens para viagens aéreas, marítimas ou terrestre pelas respectivas companhias, armadores, agentes, consignatários e pelas agências autorizadas pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio.
- 1940: Decreto-lei 2.440 de 23 de julho de 1940: dispõe sobre o funcionamento e atuação de empresas e agências de viagens e turismo.
- 1958: Decreto 44.863 de 21 de novembro de 1958: instituiu a Comissão Brasileira de Turismo – Combratur (subordinada diretamente à Presidência da República)
- 1966: Promulgado o Decreto-lei 55 de 18 de novembro que definiu a Política Nacional do Turismo, criou o Conselho Nacional do Turismo (CNTur), além da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR).
- 1967: Decreto Nº 60.224 regulamenta o Decreto-lei 55/66 e cria o Sistema Nacional de Turismo, constituído pelo CNTUR, EMBRATUR e Ministério das Relações Exteriores, com a função de organizar e estimular o turismo brasileiro, aperfeiçoado com a criação de fundos para o financiamento de projetos de desenvolvimento turístico como o FUNGETUR – Fundo Geral do Turismo, implantado em 1971 e o Fiset – Fundo de Investimento Setorial de Turismo, criado em 1974. Esta estrutura foi mantida até 1992, quando o CNTUR foi extinto.
- 1968: A resolução CNTur nº 31/1968 estabelecia claramente o plano de priorização de localização de hotéis de turismo no território nacional.
- 1969: A resolução CNTur 71/1969 detalhava as diretrizes, objetivos e metodologias para a elaboração do Plano Nacional de Turismo (PLANTUR).
- 1971: Decreto-Lei 55/66 Art. 23, em 1971, que cria o Fundo Geral de Turismo –FUNGETUR.
- 1977:Lei 6505 versou sobre as atividades e serviços turísticos e estabeleceu as condições para seu funcionamento e fiscalização. No mesmo ano, a Lei 6513/77 estipulou toda uma política de conservação do patrimônio natural e cultural com valor turístico, acompanhando a Convenção do Patrimônio Mundial da UNESCO, de 1972.
- 1980: Inaugurado em 15 de julho pelo Decreto 84910/80 que tratou dos Meios de Hospedagem de Turismo, Restaurantes de Turismo e Acampamentos Turísticos. Em 21 de julho de 1980, o Decreto 84934/80 versou sobre as atividades e serviços das agências de turismo, com tratamento específico acerca de registro e funcionamento.
- 1982: o Decreto 87348 regulamentou as condições de prestação de serviços de transporte turístico de superfície. Em o ano de 1984, o Decreto 89707 versou sobre as empresas prestadoras de serviços para a organização de congressos, seminários, convenções e eventos congêneres.
- 1886: o Decreto-Lei 2294/86, extinguiu o registro e tornou livre o exercício da atividade turística no Brasil, baseado nos princípios da livre-iniciativa e da livre-concorrência, que seriam dois anos mais tarde insculpidos na Carta magna de 1988.
- 1991: LEI 8.181 de 28 de março de 1991 art. 2º : Reestruturação na Embratur que passa a ser autarquia especial, passando a denominar Instituto Brasileiro de Turismo.

(continua...)

(conclusão...)

- 1991: Prodetur – Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo- foi criado em 1991, em 29 de novembro, pela EMBRATUR e SUDENE. O programa tem como objetivo central o desenvolvimento turístico regional, estruturado e concebido pelo Governo Federal e os estados, para financiar a implantação de infraestrutura de suporte ao turismo, propiciando e incentivando investimentos da iniciativa privada para implantação de equipamentos turísticos.
- 1993: Lei 8623/93 criou a profissão de Guia de Turismo e no mesmo ano, o Decreto 946 a regulamentou.
- 1994: A concepção desse programa se deu ainda durante o governo do Presidente Itamar Franco, onde o marco de sua criação foi a Portaria 130, de 30 de março de 1994, do Ministério da Indústria, Ciência e Tecnologia que cria o comitê executivo para o PNMT. O PNMT visava a conscientização, sensibilização e capacitação dos monitores municipais, a fim de despertar e reconhecer a importância e a dimensão do turismo como gerador de emprego e renda.
- 1996: É oficializada a Política Nacional de Turismo. O documento que cria essa política é o mais detalhado e completo da história das políticas federais para o turismo. Duas dessas macroestratégias merecem destaque. A primeira delas é a que trata da descentralização da gestão turística (PNMT); e a outra se refere a implantação de infra-estrutura básica e infra-estrutura turística através do Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo – Prodetur.
- 2002: O Decreto nº 4.402 de 2 de outubro de 2002 cria novamente o Conselho Nacional do Turismo, integrante da estrutura básica do Ministério do Esporte e Turismo, vinculado diretamente ao respectivo Ministro de Estado.
- 2003: A Lei nº 10.683 cria o Ministério do Turismo-Mtur, que incorporou a EMBRATUR, e criou uma nova organização administrativa do turismo em nível nacional: EMBRATUR (promoção e marketing do produto turístico brasileiro), Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (planejamento e articulação) e Secretaria Nacional de Desenvolvimento do Turismo (implantação de infraestrutura turística). Também com essa lei foi criado o Conselho Nacional de Turismo e o até então não criado Fórum Nacional de Secretários de Estado do Turismo.
- 2004: Publicado o DL nº 4.898 que transfere competências da EMBRATUR para o Ministério do Turismo, enquanto o DL nº 5.203 dispõe sobre a estrutura regimental do Ministério.
- 2005: O DL nº 5.406 regulamenta o cadastro obrigatório para fins de fiscalização das empresas prestadoras de serviços turísticos no País.
- 2008: É aprovada e sancionada a Lei nº 11.771, mais conhecida como Lei Geral de Turismo, que define as atribuições do governo federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor do turismo. Revogadas as Leis nº 6.505/77 e o DL nº 2.294/86 e dispositivos da Lei nº 8.181/91.

Fonte: Adaptado de BADARÓ (2008), Bolson, Pires e Bahia (2004), Fernandes (2007) e Cerqueira, Furtado e Mazaro (2009)