

O Dilema Turístico

Alan Faber do Nascimento (castifaber@hotmail.com) e Luis Augusto S. Soares*

Resumo

O emprego é atualmente tema comum em muitos fóruns, simpósios, palestras, que sempre debatem sobre a questão de um mundo "sem emprego", competitivo e moldado pela flexibilidade dos processos de produção. Muitas vezes, o debate gira em torno de que existe uma ampla capacidade de consumo, apesar da recessão e do desemprego, que pode ser explorada por atividades como o Turismo. Assim, a indústria do turismo é apresentada com grande euforia para a população e o poder público como meio inequívoco de crescimento econômico e dissolução das desigualdades. Porém, para contestar tais pronúncias, apresentamos neste artigo dois grupos de argumentações. O primeiro diz respeito ao ideário do turismo brasileiro, com destaque para atuação da Embratur que desde sua criação, na década de 1960, privilegia ações voltadas para o turismo receptivo internacional que acabam enfraquecendo a própria economia das regiões turísticas, bem como aprofundando as desigualdades entre as regiões do país. Já o segundo grupo de argumentações problematiza as contradições que se encerram no próprio desenvolvimento do Turismo. Com isso, pretendemos despertar a leitura crítica do fenômeno turístico como uma atividade que se processa por conflitos, contradições e ambivalências.

Palavras-chave: Turismo, Emprego, Contradições.

Abstract

The job is currently a common subject in many forums, symposiums, lectures, that always debate on the question of a world "without job", competitive and molded by the flexibility of the production processes. Many times, the debate focuses on the fact that there is still much capacity of consumption, although the recession and the unemployment, that can be explored by activities as the Tourism. Thus, the industry of the tourism is presented with great euphoria for the population and municipalities as an unequivocal solution for economic growth and dissolution of the inequalities. However, to contest such pronunciations, we present in this article two groups of arguments. The first one says respect to the policies of the Brazilian tourism, with proeminence for the performance of Embratur that since its creation, in the decade of 1960, privileges actions directed toward the international tourism that finish weakening the Brazilian economy, as well as deepening the inequalities between Brazilian regions. Then, the second group of arguments says respect to the contradictions of the development of the Tourism. With this, we intend to awake the critical reading of the tourist phenomenon as an activity that processes for conflicts, contradictions and ambivalences.

Key-words: Tourism, Job, Contradictions.



Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social



Introdução: acumulação flexível e as transformações no mercado de trabalho.

As décadas de 1970 e 1980 foram um conturbado período de reestruturação econômica e de reajustamento social e político. A profunda recessão de 1973, que findou a "Era de Ouro" (HOBBSAWM, 1995), exacerbada pelo choque do petróleo, pôs em movimento um conjunto de processos que solaparam o compromisso fordista. No espaço social criado por essas oscilações e incertezas uma série de novas experiências, nos domínios da organização industrial e da vida social e política, tomou forma. Essas transformações representaram os primeiros ímpetus para um regime de acumulação inteiramente novo, associado com um sistema de regulamentação política e social distinto daquele assentado no modelo fordista e no Estado intervencionista keynesiano (HARVEY, 1999).

Nesse contexto, a transição da produção em massa para a produção flexível promoveu diferentes mudanças¹ no cenário econômico e social enredando o mercado de trabalho no crescente uso do trabalho parcial, temporário e subcontratado. As novas relações que se estabelecem no interior do processo de acumulação flexível (HARVEY, 1999) intensificaram a competição entre as diversas corporações, colocando em dúvida a capacidade alocativa do mercado de trabalho (OFFE, 1989).

Portanto, não é de se estranhar que o emprego seja atualmente tema comum em muitos fóruns, simpósios, palestras, que sempre debatem sobre a questão de um mundo "sem emprego", competitivo e moldado pela flexibilidade dos processos de produção. Muitas vezes, o debate gira em torno de que ainda resta muita capacidade de consumo, apesar da recessão e do desemprego (HARVEY, 2005). Por isso, uma das principais estratégias anunciadas para as economias

locais gerarem renda e empregos diante da reestruturação produtiva é se posicionar melhor na divisão espacial do consumo (HARVEY, 2005).

A valorização de regiões urbanas degradadas, a inovação cultural, atrações para consumo e o turismo são representativas destas estratégias. Tanto é que, atualmente, existe uma acirrada concorrência entre países, cidades e regiões para se promover dentro da indústria do turismo (HARVEY, 2005), a partir da crença de que este é um segmento econômico capaz de gerar milhares de empregos (LAZZARESCHI, 2001). Via de regra, o turismo é apontado como uma indústria limpa e sem chaminés, pois pressupõe que além de ser uma fonte de renda e emprego em áreas de desemprego terminal, esta atividade seja um contribuinte para a melhoria da qualidade de vida.

Porém, para contestar tais pronúncias, apresentaremos nesse artigo dois grupos de argumentações, subjacentes às condições antes mencionadas, impostas pela reestruturação e flexibilização produtiva. A primeira argumentação se relaciona ao ideário do turismo brasileiro, moldado por políticas voltadas para o turismo receptivo internacional. Pretendemos com isso demonstrar a existência de uma contradição histórica na formação e desenvolvimento da atividade no país que reforça as desigualdades intra-regionais, favorecendo a geração de empregos fora dos locais de consumo. A segunda argumentação trata de outras duas contradições que problematizam o turismo como meio de desenvolvimento, a saber: a sazonalidade turística e a reestruturação da produção decorrente do turismo. Dessa forma, partiremos da análise do turismo no capitalismo moderno, não tendo, dessa forma, nenhuma pretensão nesse artigo de apontar novas formas de turismo, mas sim, como já dissemos antes, aventar as

*Alan Faber do Nascimento é Graduado em Turismo e Mestrando em Ciências Sociais pela PUC-SP. Luis Augusto S. Soares é Graduado em Turismo e Mestrando em Ciências Sociais pela PUC-SP. Professor da faculdade de Turismo no Centro Universitário Belas Artes de São Paulo (BELAS ARTES) e no Centro Universitário Nove de Julho (UNINOVE).

1 A exemplo da flexibilidade dos processos de trabalho, dos produtos, dos padrões de consumo, do emprego de novas tecnologias no nível de produção somados a novos processos de gerenciamento e da formação de redes empresariais (CASTELLS, 1999).

problemáticas de tratá-lo como tábua de salvação.

O ideário do turismo no Brasil e a concentração de emprego e renda.

Segundo o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) em 2003, vieram ao Brasil 4,1 milhões de estrangeiros, 8,12% a mais do que o registrado em 2002. A meta para 2007 é chegar a uma entrada de nove milhões de estrangeiros por ano². Se isso acontecer, o volume dos gastos desses visitantes será de aproximadamente US\$ 8 bilhões - o que certamente colocará a atividade em primeiro lugar na captação de divisas estrangeiras (EMBRATUR, 2004). Para o governo, uma das conseqüências mais relevantes do crescimento do turismo é a expectativa de criação de 1,2 milhão de empregos somando-se aos 1,8 milhão de empregos gerados pela atividade.

Em que pese os números atraentes, estes não fogem a uma análise mais profunda que revelam alguns problemas. Isto porque a visão economicista e salvadora, que prevalece na leitura do turismo e domina o discurso dos órgãos nacionais e internacionais, nos leva a um Turismo Made in Brazil. A EMBRATUR, órgão nacional responsável pela organização do turismo, desde sua criação (1966) dá prioridade ao turista estrangeiro, com políticas pulverizadas, elitistas e privatizantes (SANTOS FILHO, 2005).

Servindo-se de um resgate histórico do fenômeno turístico brasileiro a fim de evitar perfis ideológicos de forma subliminar, vemos que o mesmo foi organizado sobre uma plataforma instrumental ideológica em detrimento de uma política de organização e gerenciamento do turismo nacional com bases sociais (SANTOS FILHO, 2005). Se no período ditatorial brasileiro a preocupação com o turismo foi ligada a refazer a imagem do Brasil, no intuito de amenizar as repercussões

internacionais contra a ditadura feita por seus opositores no exterior, hoje, o governo brasileiro retoma sua intenção original, transformando a EMBRATUR num grande Convention Visitors Bureaux, criando uma falsa ansiedade junto às prefeituras e à sociedade civil em se tornarem pólos turísticos e centros de captação de eventos.

Novamente, a prioridade para o desenvolvimento do turismo brasileiro é considerada de "fora para dentro", o que não foge a própria dinâmica do desenvolvimento econômico brasileiro, voltada à exportação e dependente de recursos e de tecnologia. Retoma-se a idéia de vender uma imagem de fetiche sobre o Brasil para os estrangeiros, priorizando uma publicidade focalizada no exotismo de nossos recursos naturais e na hospitalidade para, assim, reter o capital monopolista através da imagem "fetichizada", já que a globalização reduziu, quando não eliminou, as proteções proporcionadas pelos assim chamados "monopólios naturais" (HARVEY, 2005).

Como conseqüência desta política de Turismo baseada na idéia de transferir parte dos fluxos do turismo internacional para o "Brasil potência", apostando na publicidade, em mega-projetos (CRUZ, 1998) e em grandes resorts de padrão internacional, manteve-se, muitas vezes, as populações das regiões receptoras fora de qualquer perspectiva de emprego e renda, sobretudo por não disporem de auto-suficiência financeira, mercadológica e profissional.

Essa política de incentivos só serviu para aumentar o desequilíbrio econômico e social entre as regiões brasileiras e, como sempre foi feito pelas multinacionais no território nacional, os recursos foram aplicados sem que os mesmos fossem, em sua maior totalidade, oriundos de capital próprio, mas sim, resultado de incentivos fiscais conseguidos no mercado brasileiro as custas do capital nacional. (SANTOS FILHO, 2005, p. 15).

As políticas do turismo no Nordeste brasileiro são um exemplo desta lógica. No conjunto de seus estados, programas de fomento ao turismo tentam colocá-lo como vetor de desenvolvimento desde 1980. Atualmente, levando em conta os desafios incorporados do capitalismo globalizado, a região vê no Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (PRODETUR-NE), criado em 1991, com apoio da EMBRATUR, a busca de uma condição policêntrica no país com qualidade de vida atrelada a uma economia forte e competitiva (BENEVIDES, 1998).

Especificamente, o programa visa dinamizar o turismo receptivo estimulando a permanência do turista no Nordeste, assim induzindo investimentos e recursos (GOMES, 1998). No entanto, muitos dos investimentos alocados no Nordeste são do capital estrangeiro atraídos pelos incentivos fiscais e empréstimos financiados pelo governo, o que acaba resultando em fuga de recursos e aumento do endividamento externo nacional, ou apenas beneficiando empresários que pagarão juros baixos sobre o dinheiro público (LAZZARESCHI, 2001).

Outra problemática é que o turismo favorece nos núcleos receptivos mais trabalhos de baixa qualificação e renda, como também não incentiva a instalação de empresas qualificadas, deixando um mercado de trabalho de apoio ao aparato turístico que se alimenta do mito do turismo "salvador"³. De tal modo que o turismo contraditoriamente acaba gerando mais empregos e conseqüentemente renda em núcleos emissores que em receptores. Parte dessa afirmação é respondida quando comparamos o número de empregos formais em pólos emissores aos dos pólos receptores: A região Sudeste (com destaque para o estado de São Paulo, predominantemente emissor) possui, segundo a EMBRATUR⁴, 89.637 estabelecimentos atuantes no turismo⁵ que geram 772.678 de empregos, já a região

Nordeste (predominantemente receptivo) apresenta 21.014 empresas turísticas e 184.400 empregos. Comparando os dados citados, a região Sudeste detém aproximadamente 52% das empresas turísticas e 58% dos empregos gerados, enquanto aproximadamente 12% das empresas e 14% dos empregos estão na região Nordeste.

Ao se promover o turismo receptivo de massa para supostamente gerar empregos e competir no mercado (internacional ou nacional), retira-se do local de consumo e da instalação de infra-estrutura o controle da atividade juntamente com a maior massa de empregos e salários, impedindo que os benefícios, tão pronunciados, cheguem aos núcleos receptores.

Logo, o que se vê nas políticas de fomento ao turismo no Brasil é um modelo de orientação "unilateral", similar ao neocolonialismo turístico (ARCHER e COOPER, 2001), apenas com a distinção de que no primeiro, o poder do autóctone é transferido às corporações nacionais e transnacionais, e não internacionais, que centralizam as formas de desenvolvimento, as maiores rendas da atividade e a oferta de trabalho.

Esta problemática enfatiza que apesar do consumo do turismo se dar no núcleo receptivo, o maior volume de empresas e empregos está nos pólos emissores e destaca, também, que o turismo só é capaz de gerar renda e emprego em amplitude quando conjuga atividades receptivas e emissivas, caso da região Sudeste, bem como o desenvolvimento das demais atividades econômicas (LAZZARESCHI, 2001).

Isso mostra o que muitos estudos não relatam: que o turismo possui uma alta concentração de mão-de-obra em núcleos emissores, responsáveis pelos setores comerciais, de transportes e distribuição dos produtos e serviços, deixando para os centros receptivos as ocupações:

3 Principalmente, em núcleos receptivos que sustentam o turismo sob a tríade sol-mar-praia (SCHLUTER, 2001, GETINO, 1987).

4 INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR. Mão-de-obra empregada na atividade turística. EMBRATUR: Brasília, 2001.

5 O estudo realizado pela EMBRATUR define como empresas turísticas: Alojamento, Alimentação, Agências Viagens, Atividades Recreativas, Aluguel de Automóveis, Transporte Rodoviário Regular e Não-Regular.

6 Balança de pagamentos; investimentos diretos e indiretos; instalação de oferta hoteleira e infra-estrutura; dentre outros. BULL, A. La economía del sector turístico. Madrid: Alianza Editorial, 1994 e TRIBE, J. Economía del ocio y el turismo. Madrid: Síntesis, 1999.

7 A OIT propõe para o crescimento do emprego no turismo, a criação de condições de emprego em baixas temporadas para combater estacionalidade e gerar empregos estáveis e formais. ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DO TRABALHO - DEPARTAMENTO DE ACTIVIDADES SETORIALES. Información sobre la industria de la hotelería, la restauración y el turismo. OIT: Ginebra, 2003.

8 Em muitos casos, ocorre, nos núcleos receptores, a partir de tal processo, a supervalorização de áreas urbanas, a descaracterização do entorno e o abandono das atividades econômicas locais, sobretudo as destinadas à subsistência, afetando conjuntamente os aspectos culturais, que obriga parte da população a buscar alternativas em outras atividades, exemplo: o turismo. (KRIPPENDORF, 2000). Sobre essa condição ocorre a desestruturação da economia local e a desorganização da vida dos autóctones que são pressionados a mudar de trabalho. Gettino (2002, p. 101) destaca o caso das ilhas Bahamas, onde [...] a tendencia constante a la disminución de la dedicación a trabajos especializados, como la construcción de barcos y agricultura, y una reconversión a nuevas profesiones relacionados con el turismo [...]. Menciona o alto índice de empregados no turismo, com baixos salários, mudança observada após o desenvolvimento da atividade no local. Para Krippendorf (2000) é preciso valorizar as formas de desenvolvimento turístico que conciliem e priorizem as necessidades e objetivos de turistas e autóctones e não dos intermediários (mercado turístico).

9 A monocultura turística caracteriza o processo de determinação do turismo como única atividade econômica em detrimento de outras atividades (KRIPPENDORF, 2000).

10 Alguns autores como Gettino (2002), Krippendorf (2000) e Bull (1994) apontam para as particularidades do trabalho turístico delimitadas pela temporalidade, pelas longas jornadas, baixo grau de sindicalização e em alguns casos pela baixa remuneração.

11 A informalidade no turismo já é previamente detectada em alguns estudos, aponta-se que no Brasil haja cerca de 2,6% do total de ocupados no turismo em meios formais e 3,5% informalmente (Conta Satélite do Turismo Brasil - CSTB, 1999), o que caracteriza um aumento do trabalho informal em relação ao formal que em 1999 refletia 2,3% enquanto 2,9% correspondiam ao informal (CSTB, 1999).

12 Programa apresentado pela Globo News no dia 12 de dezembro de 2005.

Que generalmente ofertan mano de obra de baja cualificación.. Ejemplos de esto son los numerosos vendedores ambulantes y vendedores de recuerdos (...) y guías espontáneos, estes trabajan por cuenta propia, su inversión de capital normalmente es insignificante; sus ingresos, que son en metálico y no declaran, dependen muchas veces de su capacidad de acosar a la gente. No obstante, trabajan en el sector de turismo. (BULL, 1994, p. 186).

As contradições do turismo e o mercado de trabalho turístico.

Dentre os diferentes fatores mencionados nas obras que discutem o turismo, a ampliação do mercado de trabalho turístico é dada como justificativa para a implantação do turismo, e sua mensuração, somada a outros indicadores econômicos⁶, obscurece parte de suas contradições, dando destaque unilateral ao crescimento quantitativo e a sua importância para o mercado de trabalho.

Ocultam-se assim, a contradição do turismo que interfere diretamente na oferta de trabalho, a saber: os fluxos sazonais (TRIBE, 1999; KRIPPENDORF, 2000). Portanto, o mercado de trabalho no turismo é apenas crescente cuando hay una demanda de bienes o servicios (FEIJOO, 2002, p. 329). Tal fato sublinha o crescimento volátil - reflexo da estacionalidade da atividade⁷.

Assim, essa temporalidade, por um lado, age de forma incisiva na lucratividade dos empreendimentos que compõem sua oferta, pois promove altos ganhos em períodos de alta temporada, sobretudo quando ofertadas aos grandes centros (nacionais ou internacionais) em pacotes, por outro, gera a dificuldade em reter mão-de-obra nos períodos de baixa temporada, bem como dificulta que as atividades realizadas por iniciativa própria se mantenham e formalizem.

Nesse sentido, para reduzir as rígidas restrições impostas pela sazonalidade as

municipalidades cedem a influência da crescente demanda e da gestão dos canais de distribuição e das grandes empresas de hospedagem - dos intermediários (KRIPPENDORF, 2000), que determinam novos "valores" e "interesses" para segmentar a atividade e sincronizar suas vendas durante o ano. De modo que, para gerar empregos, muitas cidades tornam o turismo sua atividade principal, mas contraditoriamente, à essa "solução" surgem outros problemas⁸. Em suma, tenta-se eliminar a sazonalidade alimentando a esperança por um turismo que dure o ano inteiro, favorecendo a monocultura turística⁹ que amplia seu mercado sem dotar os espaços receptivos da capacidade necessária, ou quando o faz, apóia-se em investimentos que pouco privilegiam os autóctones.

Quando assumida essa condição, além das implicações citadas, sobra aos trabalhadores locais, diante da pouca oportunidade de qualificação do atual quadro do trabalho e das condições do emprego turístico¹⁰ nos núcleos receptivos, a entrada na economia informal, para nela empreender atividades e assim alcançar ganhos que não podem obter em organizações turísticas locais, porém, que pouco oferecem diante da racionalidade produtiva, da competitividade, da centralização do trabalho nos núcleos emissores e do consumo sazonal do turismo¹¹.

Um novo turismo?

Numa recente entrevista dada ao programa Milênio¹² o sociólogo e filósofo Zygmunt Bauman apoiado na tese da Síndrome do Titanic de Jacques Attali questionou o porquê de ter havido tanta euforia nas bilheterias do cinema em 1998 sobre um tema aparentemente comum: o naufrágio de um navio. Para Bauman o filme Titanic representou metaforicamente a inconstância do mundo de hoje, uma

inconstância sentida apenas nos níveis mais profundos de nossa consciência.

O sucesso do filme para o autor foi justamente por ter sido um catalisador que trouxe toda aflição sentida à tona. A euforia de estar cruzando o mar num transatlântico, em que cada um recebe sua cota diária de entretenimento e diversão, é contrastada, pela presença de que logo ali na frente, no escuro da noite fria, existe um dilema materializado pela figura do iceberg. Porém, o dilema não advém da eminência do crash, mas sim pela sensação de que durante o naufrágio não existirá salva-vidas para todos, nem um plano consistente para salvar todas as vidas.

Da mesma maneira, a indústria do turismo é apresentada com grande euforia para a população como tábua de salvação de muitas economias locais e regionais baseado num suposto plano consistente, mas, o que se vê, é que durante seu percurso se revela um grande dilema. Dilema este, que é subjacente aos próprios dilemas do atual quadro do capitalismo globalizado, do mundo do trabalho e da qualificação, das novas "regras" de competitividade e produtividade, bem como das próprias condições em que o turismo se desenvolveu e se desenvolve nos países ditos "periféricos". Não podemos nos negar a investigar tais questões e cedermos espaço a idéia do turismo como meio de dissolução de desigualdades e crescimento econômico sem problematizá-la.

Em face do dilema turístico, resta-nos questionar e entender quais as contradições seriam geradas pela atividade. Que tipo de alternativas podem ser pensadas para que o turismo possa proporcionar emprego e renda nos municípios receptores? Como lidar com as contradições próprias do turismo - polarização entre emissor/receptivo; sazonalidade e intermediação do poder corporativo - que tornam tão frágil a idéia do

turismo e do desenvolvimento socio-econômico.

Sem dúvida, o dilema turístico é ainda composto por muitas perguntas e poucas respostas. Acreditamos que as condições antes citadas impedem de pronunciá-lo como meio inequívoco de desenvolvimento, afinal basta verificar que poucas ou nenhuma cidade turística alcançou os tão "proclamados" empregos e quadros de desenvolvimento. Os estudos oferecidos, em sua maioria, tratam do "potencial" da atividade e não de seus resultados, apresentam números dos empregos indiretos e não os diretos, divulgam os investimentos e a entrada de turistas e não discutem seus benefícios (justamente aqueles que os mesmos sustentam) para a população.

Faz-se necessário, portanto, despertar a leitura crítica do fenômeno turístico e compreender o objeto de forma ontológica, cuja essencialidade não fica vulgarizada pela rapidez dos dados empíricos e pela baixa reflexão imediatista que esse processo acaba alimentando. Seguir por esse caminho é entender o fenômeno turístico contendo conflitos e ambivalências que longe de nos oferecer um lenitivo, atentam-nos para as problemáticas que se ocultam por detrás dos mecanismos de ocultação e ideologias do discurso oficial do Turismo como fonte de renda e emprego.

Referências Bibliográficas.

- ARCHER, B; COOPER, C. Os impactos positivos e negativos do turismo. In: THEOBALD, W. F. (Org.). Turismo global. São Paulo: SENAC, 2001. p. 95-102.
- BENEVIDES, I. P. Turismo e Prodetur. Dimensões e olhares em parceria. Fortaleza: EUFC, 1998.
- BULL, A. La economía del sector turístico. Madrid: Alianza Editorial, 1994.
- CASTELLS, M. A sociedade em rede - (A era da informação: Economia, Sociedade e

- Cultura; v. 1). 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CRUZ, R. de C. A. da. Política de Turismo e Território. São Paulo: Contexto, 2000.
- EMBRATUR, 2004.
- FEIJOO, S. R. Estadística aplicada a la toma de decisiones en la economía, la empresa, el turismo y las relaciones laborales. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de Las Palmas, 2002.
- GETINO, O. Turismo - Entre el ocio y el negocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina. Buenos Aires: CICCUS, 2002.
- GOMES, R. de C. Fragmentação e Gestão do Território no Rio Grande do Norte Capítulo 2: (Re)visitando o conceito de território. In: Rio Claro, UNESP, 1998.
- HARVEY, D. A produção capitalista do espaço. São Paulo: Annablume, 2005.
- HARVEY, D. Condição Pós-Moderna. Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 8ª ed. São Paulo: Loyola, 1999.
- HOBBSAWM, E. Era dos extremos. O breve século XX 1914-1991. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR. Conta Satélite do Turismo. EMBRATUR: Brasília, 1999.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO - EMBRATUR. Mão-de-obra empregada na atividade turística. EMBRATUR: Brasília, 2001.
- KRIPPENDORF, J. Sociologia do Turismo. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.
- LAZZARESCHI, N. Trabalho e lazer: o turismo em questão. In: Margem. São Paulo, nº. 13, jun. 2001, p. 127-134.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Nacional do Turismo. Diretrizes, Metas e Programas. 2003-2007. Brasília, 2003. Disponível em: <http://institucional.turismo.gov.br/> Acesso em 28 dez. 2005.
- OFFE, Claus. O futuro do mercado de trabalho. In: Capitalismo desorganizado - Transformações contemporâneas do trabalho e da política. São Paulo: Brasiliense, 1989. p. 71 - 105.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO - DEPARTAMENTO DE ACTIVIDADES SETORIALES. Información sobre la industria de la hotelería, la restauración y el turismo. OIT: Ginebra, 2003.
- SANTOS FILHO, João. Por que a ação da Embratur se torna preocupante para a formulação de Políticas Públicas internas em Turismo? In: Revista Espaço Acadêmico. nº.48- Maio/2005.
- SCHLUTER, R. G. Desenvolvimento do Turismo: as perspectivas na América Latina. In: THEOBALD, W. F. (org.). Turismo Global. São Paulo: SENAC, 2001, p. 231-244.
- TRIBE, J. Economía del ocio y el turismo. Madrid: Síntesis, 1999.