UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
CAMPUS DO SERTÃO – UNIDADE SANTANA DO IPANEMA
CURSO BACHARELADO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

MAYARA KAROLINE ABREU ALVES

POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO E O DESENVOLVIMENTO LOCAL: DEBATENDO O ESTADO DE ALAGOAS

SANTANA DO IPANEMA – AL
2022

MAYARA KAROLINE ABREU ALVES

POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO E O DESENVOLVIMENTO LOCAL: DEBATENDO O ESTADO DE ALAGOAS

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Ciências Econômicas da Universidade Federal de Alagoas – UFAL, Campus Sertão, Unidade Santana do Ipanema, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa

SANTANA DO IPANEMA – AL
2022

Catalogação na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

A474p Alves, Mayara Karoline Abreu.

Políticas públicas de turismo e o desenvolvimento local : debatendo o estado de Alagoas / Mayara Karoline Abreu Alves. – 2022.

91 f. : il.

Orientador: Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa.

Monografia (Trabalho de Conclusão Curso em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Alagoas. Campus Sertão. Santana do Ipanema, 2022.

Bibliografia: f. 81-91.

1. Turismo. 2. Políticas públicas. 3. Desenvolvimento regional - Alagoas. I. Título.

CDU: 338.48(813.5)

AGRADECIMENTOS

Algumas pessoas que marcaram essa caminhada devem ser lembradas nesse momento. Assim, agradeço...

Aos meus pais, Dilson e Sônia, por todo incentivo e apoio;

A todos os professores por todo o conhecimento compartilhado. Cada um teve sua colaboração de forma ímpar. Em especial aos queridos: Hermani, Alcides e Maurício. Ambos sempre se tornaram mais próximos dos alunos para contribuir mais de perto, sempre acreditando em nosso potencial;

A todos os meus colegas que fiz durante o curso, em especial as minhas duas queridas amigas: Gabriela Lima e Sarah Izabel. O companheirismo de vocês foi essencial para não me deixar desistir. À minha amiga Sarah, que sempre foi minha dupla nos trabalhos desde o primeiro período, e esteve presente em todos os "perrengues" desses longos anos, realmente passou da faculdade para avida; à minha amiga Gabriela que me acolhia em sua casa, em Santana do Ipanema, quando era preciso passar a tarde e à noite na faculdade (visto que eu não moro na cidade onde é a universidade), e me ajudou bastante com as normas da ABNT. Amo vocês.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Luciano Brandão, pela paciência durante a produção do TCC, e que me deu a oportunidade de aprimoramento e crescimento acadêmico pois sempre buscava a inserção dos alunos em projetos de pesquisa. Além de que tenho enorme admiração por tal. Vou levando uma bagagem imensa. Minha eterna gratidão!

Investir em conhecimento rende sempre os melhores juros.

- Beijamin Franklin

RESUMO

O turismo territorializa o espaço, causa urbanização e tem capacidade de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico. Com esse potencial, têm sido fomentadas políticas públicas para o turismo com estratégias para o desenvolvimento de Alagoas. O objetivo deste trabalho é apresentar e discutir algumas políticas públicas de turismo no estado de Alagoas, observando, de forma exploratória, suas implicações para o desenvolvimento local. O arcabouço teórico se baseia nos conceitos de turismo, desenvolvimento local e políticas públicas, com base em uma abordagem de pesquisa de natureza qualitativa, pesquisa desenvolvida por meio de uma revisão de literatura por meio de pesquisas bibliográficas e documentais. Constatou-se que o turismo está em expansão na região sob a influência dos Arranjos Produtivos Locais (APL), o qual influencia na melhoria da infraestrutura urbana e turística locais, e como prova desta expansão, Alagoas também já conta com o selo ambiental e sustentável Bandeira Azul, uma certificação ecológica e internacional.

Palavras-chave: Turismo. Políticas Públicas. Desenvolvimento local

ABSTRACT

Tourism territorializes space causes urbanization and has the capacity to contribute to socioeconomic development. With this potential, public policies for tourism have been promoted with strategies for the development of Alagoas. The objective of this work is to present and discuss some public policies for tourism in the state of Alagoas, observing, in an exploratory way, their implications for local development. The theoretical framework is based on the concepts of tourism, local development and public policies, based on a qualitative research approach, research developed through a literature review through bibliographic and documentary research. It was found that tourism is expanding in the region under the influence of the Local Productive Arrangements (APL), which influences the improvement of local urban and tourist infrastructure, and as proof of this expansion, Alagoas also already has the environmental and sustainable seal Blue Flag, a certification ecological and international.

Keywords: Tourism. Public policy. Local development.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura dos agentes multiplicadores e monitores PNMT 36
Figura 2 - Polos de Turismo – Prodetur/Ne II 40
Figura 3 - Mapa rodoviário de Alagoas 51
Figura 4 - Mapa de localização de Alagoas no Brasil 52
Figura 5 - Aspectos Geográficos e Socioeconômicos de Alagoas 53
Figura 6 - Mapa turístico do estado de Alagoas 56
Figura 7- Farol da Praia de Ponta Verde, na Orla principal de Maceió 56
Figura 8 - Sururu, prato típico da região 57
Figura 9 - Piscinas Naturais Maragogi 57
Figura 10 - Centro Histórico de Marechal Deodoro 58
Figura 11 - Praia do Francês 59
Figura 12 - Forte da Rocheira. Penedo, Alagoas. 59
Figura 13 - Procissão terrestre e fluvial do Bom Jesus dos Navegantes 60
Figura 14 - Centro Histórico de Piranhas, Alagoas 61
Figura 15 - Mirante em Piranhas 61
Figura 16 - Complexo do Angiquinho, antiga usina hidrelétrica 62
Figura 17 - Cânions do São Francisco 63

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Levantamento cronológico das políticas públicas no Brasil 29
Quadro 2 - Objetivos do PNT 2003/2007 41
Quadro 3 - Ações e programas do PNT 2003/2007 42
Quadro 4 - Metas traçadas no PNT (2003 – 2007) 42
Quadro 5 - Metas do novo PNT 2007/2010 44
Quadro 6 - Diretrizes 2011/2014 45
Quadro 7 - Objetivos do Plano Nacional de Turismo 2013-2016 45
Quadro 8 - Metas do Plano Nacional de Turismo 2013-2016 46
Quadro 9 - Planejamento de ações do PNT 2013-2016 46
Quadro 10 - Divisão das regiões intermediárias de Alagoas: Maceió e Arapiraca 52
Quadro 11 - Estrutura do PET Alagoas 65
Quadro 12 - Plano de Desenvolvimento Estadual de Alagoas 71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -Estratégias para alcançar as Metas Globais para o Turismo no Brasil 48

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO 12
1.1 Abordagem Teórico-Metodológica 14
2. TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL 16
2.1 O Turismo: Abordagem Conceitual 16
2.2 Desenvolvimento Local: Abordagem Conceitual 19
2.3 Potencial do Turismo para o Desenvolvimento Local 22
3. POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL 25
3.1 Políticas Públicas de Turismo 25
3.2 Evolução das Políticas Públicas de Turismo no Brasil 28
3.2.1 PNMT- Programa Nacional de Municipalização do Turismo 35
3.2.2 PRODETUR – Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo 38
3.2.3 PNT – Plano Nacional de Turismo: Uma Análise Histórica 2003-2022 40
4. POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO ESTADO DE ALAGOAS 51
4.1 Caracterização do Estado de Alagoas 51
4.2 Potencialidades Turísticas do Estado de Alagoas 54
4.2.1 Maceió 56
4.2.2 Maragogi 57
4.2.3 Marechal Deodoro 57
4.2.4 Penedo 59
4.2.5 Piranhas 60
4.2.6 Delmiro Gouveia 61
4.3 As Políticas Públicas 63
4.3.1 O Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil 66
4.3.2 Programa de Arranjos Produtivos Locais de Alagoas (PAPL) 67
4.3.3 Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDTIS) 68
4.3.4 Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco 68
4.3.5 Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo 2013-2023 69
4.3.6 Plano Aquarela 70
4.3.7 Plano de Desenvolvimento Estadual de Alagoas 71
4.3.8 Mapeamento Cultural das Cidades Históricas 72
4.4 Ações Resultantes das Políticas Públicas de Turismo em Alagoas 72
CONCLUSÃO 77
REFERÊNCIAS 79

1. INTRODUÇÃO

À humanidade foi apresentada fenômenos que acarretaram profundas consequências em todo o mundo. Um deles seria o aceleramento da globalização, cujos primórdios remontam ao século XVI e que ficou mais intenso ao final do século XX, através do aprimoramento da tecnologia, dos meios de transportes e das telecomunicações, o que levou à integração das diversas regiões do planeta ao mercado globalizado. Outro fenômeno seria a revolução no campo do conhecimento que provocou grandes mudanças nas bases estruturais da sociedade, alterando profundamente os processos produtivos, as relações sociais, a economia, o meio ambiente, a cultura e o papel de atuação das organizações e das instituições políticas.

Com essa realidade, foi imposta às administrações locais para que refletissem sobre a função que cumpre ou possa vir a cumprir nas localidades, além de também serem pressionadas pelas comunidades locais, que buscam sua própria opção de desenvolvimento. Tais fenômenos foram permitidos pelo surgimento da internet, onde ocorre as mais diversas formas de acesso ao conhecimento, compartilhadas entre cidadãos de toda parte do mundo.

Falando da atividade turística sabe-se que ela atrai às comunidades com potenciais, consumidores de seus produtos, e por isso assume um papel cada vez mais importante nas economias locais. Por isso, Dias (2005) alega que o turismo se transforma em alternativa econômica para os municípios, que podem tê-lo como atividade principal ou secundária e complementar de outras atividades desenvolvidas na localidade.

O turismo tem um efeito multiplicador , que é produzido pela sucessão de despesas que tem origem no gasto do turista e que beneficia os setores ligados direta e indiretamente ao fenômeno turístico. Assim, o efeito multiplicador do turismo não se restringe apenas ao gasto direto realizado pelo turista. Na cadeia produtiva da atividade integram-se não apenas prestadores de serviços diretos, mas uma série de fornecedores que influem e se beneficiam indiretamente pelo crescimento da atividade turística. Atua sobre a produção de um elenco de bens de consumo e de serviços, como hotéis, restaurantes, espaços para eventos, transportes, operadoras e agências de viagens dentre outros. Por causa do seu efeito multiplicador, o crescimento turístico influencia positivamente a economia e o desenvolvimento nas escalas nacional, regional e local.

Há a necessidade dos planos de desenvolvimento com base no turismo contem com a formulação e avaliação de políticas públicas de turismo, de tal forma que se possam buscar com mais propriedade melhores condições ambientais, sociais e econômicas para o desenvolvimento da atividade e para as populações locais. Esse argumento denota que o

processo de elaboração de políticas públicas de turismo para uma localidade requer uma atuação governamental mais descentralizada e participativa, de forma que beneficie e atenda a toda uma coletividade, e que os inclua na própria elaboração das políticas.

É observado, como mencionado acima, que na inserção da atividade turística em uma determinada região, é necessária a elaboração de políticas públicas que orientem o desenvolvimento dessa atividade, de forma planejada, organizada e principalmente com a participação dos atores afetados e/ou interessados no desenvolvimento local com base no turismo.

Além disso, por ser influenciado pelos aspectos econômicos, culturais, políticos e pelas características geográficas em âmbito regional, nacional e internacional, é preciso que os órgãos e indivíduos responsáveis pelo planejamento turístico de uma destinação fiquem atentos às oportunidades e ameaças que podem surgir. Essa precaução é devido ao fato de o turismo não acontecer de forma isolada, mas através da dinâmica de toda a sociedade. Conforme Dias (2003, p 125),

> [...] nesse sentido pode-se fazer uma leitura do papel do turismo no município, que apresenta oportunidades e riscos; sendo que as oportunidades são conhecidas como criação de empregos e aumento da proteção e valorização natural e cultural, e os riscos são conhecidos na capacidade da atividade de transformar estruturas sociais e urbanas de maneira negativa, numa superexploração do patrimônio e visando somente os benefícios econômicos de curto prazo.

Levando-se em consideração a importância do planejamento, gestão e políticas públicas para o desenvolvimento do turismo, não há dúvidas que o turismo pode dinamizar a economia e contribuir para o desenvolvimento local.

O turismo é muito importante para todo o Estado de Alagoas, visto que há potencial turístico desde o litoral ao sertão; essa importância é que provoca várias transformações para a população local, principalmente nos aspectos urbanos, sociais e econômicos. O turismo é uma atividade econômica constituindo uma prática geradora de outras atividades econômicas. Então tornou-se um meio estratégico para o desenvolvimento do estado.

Assim, diante deste contesto, este trabalho de conclusão de curso, possui como objetivo geral: apresentar e discutir algumas Políticas Públicas de Turismo no estado de Alagoas, tendo como principal parâmetro a noção de Desenvolvimento Local.

Já como objetivos específicos, este trabalho busca:

a) Apresentar algumas políticas públicas de turismo no estado de Alagoas;
b) Observar o nível de implementação de algumas políticas públicas de turismo no estado de Alagoas;
c) Identificar a contribuição do turismo para o desenvolvimento local no estado de

Alagoas.

A monografia foi estruturada da seguinte forma: No capítulo 1 há a Introdução do trabalho e a abordagem teórico-metodológica; já no capítulo 2, com a revisão de literatura, há a conceituação referente ao turismo e desenvolvimento local, e analisou-se a contribuição potencial do turismo para o desenvolvimento regional e local; no capítulo 3, faz-se uma discussão sobre a evolução das políticas públicas de turismo no Brasil, além de apresentar alguns dos programas com ênfase no desenvolvimento turístico, a exemplo o Prodetur. No capítulo 4 é apresentado o enfoque do estudo, há um destaque para o estado de Alagoas, é apresentado suas características, inclusive com destaque para seus potenciais turísticos em diversos segmentos, e quais as ações resultantes das políticas públicas de turismo em Alagoas. Finaliza o trabalho revelando os objetivos da discussão empreendida no território em questão.

1.1 Abordagem Teórico-Metodológica

Quanto a abordagem metodológica, este estudo enquadra-se na classificação de pesquisa qualitativa, que como expõe Godoy (1995, p. 21) "[...] enquanto exercício de pesquisa, não se apresenta como uma proposta rigidamente estruturada, ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques". Já para Richardson (2015, p. 79), "o método qualitativo difere quanto ao quantitativo à medida que não empregaum instrumento estatístico como base do processo de análise do problema".

Assim, esta pesquisa se iniciou com pesquisas bibliográficas/documental em materiais publicados como livros, artigos científicos, revistas científicas e internet (sitesespecializados), buscando apresentar, analisar e discutir temas sobre o principal objeto de estudo do trabalho, que são as questões relacionadas à importância das políticas públicas de turismo para o desenvolvimento do estado de Alagoas.

Este trabalho de pesquisa buscou abordar os potenciais turísticos do estado; quais políticas públicas já existem e está em ação, abordar os projetos que são desenvolvidos a partir de tais políticas, e descrever a importância das políticas públicas e do turismo para o desenvolvimento local.

Durante o processo de estudo houve dificuldade no quesito de achar as políticas públicas existentes no estado de Alagoas, necessitando usar de monografias e artigos já existentes sobre o tema que ajudaram para a elaboração deste trabalho.

O trabalho foi elaborado com base nos sites do “Alagoas em Dados”, “Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR)”, o “Ministério do Turismo”, diversos artigos e monografias, dando destaque à dissertação da Águida Maria da Veiga Feitosa com o tema - “Políticas Públicas de Turismo e Desenvolvimento Local no Município de Penedo, Alagoas”, trabalho de grande importância.

2. TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL

A abordagem da revisão de literatura é referente ao turismo e desenvolvimento, analisou-se a contribuição potencial do turismo para o desenvolvimento regional e local.

2.1 O Turismo: Abordagem Conceitual

Para Knafou (2001), o turismo é uma atividade humana complexa que coloca em questão os desejos e as representações do mundo e que é reduzida a uma atividade econômica geradora de empregos e lucros. Segundo Córner (2001), o turismo é definido como sendo um modelo de desenvolvimento econômico. Seus benefícios podem suprir carências econômicas, sociais e estéticas, além de manter e valorizar a integridade cultural e ecológica.

Segundo Castelli (2001), o turismo pressupõe movimento e coloca o indivíduo em contato com outras civilizações, culturas, costumes, mentalidades e valores. Engloba a infraestrutura, os recursos naturais, culturais, artísticos, históricos, os meios de hospedagem e os serviços complementares. É movimento, abandono do cotidiano, divertimento, desenvolvimento e descanso.

Beni (1997) definiu o turismo como sendo um processo complexo e bem elaborado de decisão que o turista precisa tomar sobre o valor investido e o local onde quer visitar. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica que ditam as escolhas dos destinos, a permanência, os meios de transporte e a estadia, bem como o objetivo da viagem tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimentos histórico, profissional, e de expansão de negócios.

Andrade (1992) aponta dois aspectos fundamentais da atividade turística: um teórico e outro prático. Teoricamente, o turismo é um conjunto de questões de ordem técnica, financeira ou cultural que estão relacionadas com a importância do fluxo de pessoas que viajam para lazer em um determinado país ou região. Na prática, o turismo objetiva estabelecer um conjunto de mecanismos para atrair aqueles que fazem turismo, oferecendo pontos de atração e providenciando os serviços imprescindíveis. Apesar do reconhecimento de sua importância, o turismo é, frequentemente, associado a lazer e descanso.

Para tentar definir o turismo, Barretto (2003) afirma que o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivo de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de

seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

O turismo, conforme a Organização Mundial do Turismo, é um fenômeno social, cultural e econômica relacionada ao movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência habitual, sendo o prazer motivação habitual (OMT, 2008).

A atividade turística relaciona-se com um conjunto de serviços, dentre eles podemos identificar as vias de acesso que precisam estar transitáveis e bem-sinalizados, o que facilita o deslocamento dos turistas; as atrações naturais ou histórico-culturais dos locais para visitas; o transporte, locais de hospedagem, alimentação, visto que alguns pratos são típicos de determinada região; bem como locais para compras e entretenimento. Por este conjunto de serviços, o turismo é tratado como negócio, pois gera renda e empregos diretos e indiretos.

O turismo originou-se e desenvolveu-se com o capitalismo, é uma atividade marcante nas sociedades pós-industriais, um fenômeno econômico, político, social e cultural dos mais significativos. É, de fato, uma das principais atividades socioeconômicas do mundo contemporâneo, geradora de postos de trabalho e de divisas. O turismo gera atividades indiretas que atingem os mais variados setores da economia, desde a indústria até a agricultura, no entanto estão localizadas no setor terciário. Ao analisar o turismo sob os aspectos econômico e social, é possível avaliar a sua capacidade de gerar empregos, distribuir renda, proporcionar a melhoria da qualidade de vida das comunidades, além de fazer com que haja preocupação com o meio ambiente e recuperação do patrimônio histórico e cultural.

Em diversos países, como Espanha, Itália e França, o poder público adota o turismo como uma estratégia de desenvolvimento (ANTUNES, 2003). Esses países passaram a atuar mais firmemente no planejamento e gestão do turismo, com o objetivo de aproveitar ao máximo o potencial do conjunto de atividades que compõem a chamada indústria do turismo, buscando cada vez mais desenvolvimento.

O turismo tem efeito direto e indireto na economia de uma localidade ou região. Os efeitos diretos são o resultado das despesas realizadas pelos turistas dentro dos próprios equipamentos turísticos pelos quais o turista pagou diretamente. Os efeitos indiretos do turismo são resultantes da despesa efetuada pelos equipamentos e prestadores de serviços turísticos na compra de bens e serviços de outro tipo. Trata-se de um dinheiro que foi trazido pelo turista, mas que será gasto por outro indivíduo que o recebera do turista em primeira mão. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores dos serviços turísticos e similares (BARRETTO, 1995).

Conforme Barbosa (1995), o dinheiro que entra através da atividade multiplica-se na economia, traduzindo-se em:

- Aumento da urbanização;
- Incremento das indústrias associadas à atividade;
- Incremento da demanda de mão-de-obra para serviços;
- Incremento da indústria de construção;
- Aumento da demanda dos produtos locais como o artesanato;
- Incremento da entrada de divisas para equilibrar a balança comercial; e
- Maior arrecadação de impostos e taxas.

Moesch (2000, p. 9), diz que o turismo é:

> [...] uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção de serviços, em cuja composição integram-se em uma prática social com base cultural com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese o produto turístico

Devido ao seu efeito multiplicador, o turismo estabelece relações com diversos setores da economia. E, devido a sua flexibilidade, o turismo também afeta as dimensões social, cultural, política e ambiental. Portanto, para que haja desenvolvimento, é necessário planejamento para que o turismo seja integrado às demais atividades existentes nas destinações, bem como aos vários setores de políticas públicas.

Para Fonteles (2004, p. 97):

> A economia do turismo assume uma grande importância no processo de geração de capital, na esfera mundial, contribuindo para a construção da acumulação de renda e excedente fora do lugar onde eles são gerados, reforçando e acentuando as desigualdades econômicas e sociais. O turismo é colocado como uma necessidade seja nas sociedades industrializadas ou não, independentemente das condições econômicas dos indivíduos. É como se todos, além de satisfazer as suas necessidades fundamentais, pudessem efetivamente fazer turismo. É mais uma tentativa de homogeneização.

É importante enfatizar que para que haja esse efeito multiplicador do turismo é necessário um bom planejamento. Segundo Hall (2001), quando o turismo se desenvolve com base em planejamento é mais fácil minimizar impactos potencialmente negativos, maximizar retornos econômicos nos destinos e, dessa forma, estimular uma resposta mais positiva por parte da comunidade hospedeira em relação ao turismo ao longo prazo. O turismo é uma atividade complexa e seu planejamento requer um enfoque multidisciplinar e integrado. O planejamento do turismo, portanto, necessita do conhecimento das mais diversas áreas científicas e do entendimento, por parte dos planejadores, de que o turismo forma um sistema

(BENI, 2006), para que possa ser implementado de tal forma que tenha maiores possibilidades de atender aos fatores ligados à noção de sustentabilidade (FÁVERO, 2006, p. 142).

O turismo apesar dos aspectos positivos não é um setor fácil de ser promovido. A implantação e promoção do turismo requer planejamento, análise de mercado e aceitação da população, sem a devida análise desses fatores pode provocar mais danos do que benefícios. Embora o turismo dependa do setor público, ele necessita de investimentos do setor privado no suporte de infraestrutura, por exemplo, transporte, rede de comunicações e serviços complementares, uma vez que os serviços básicos ficam a cargo da esfera pública, como água, luz e sanitários. Enfim é de comum acordo que o turismo é atualmente um fator importante do desenvolvimento, cujos benefícios devem ser otimizados para se ter retorno dos recursos e planejamentos aplicados.

Há a necessidade dos planos de desenvolvimento com base no turismo conte com a formulação e avaliação de políticas públicas de turismo, de tal forma que se possa buscar com mais propriedade melhores condições ambientais, sociais e econômicas para o desenvolvimento da atividade e para as populações locais. Esse argumento denota que o processo de elaboração de políticas públicas de turismo para uma localidade requer uma atuação governamental mais descentralizada e participativa, de forma que beneficie e atenda a toda uma coletividade, e que os inclua na própria elaboração das políticas.

Pode ser percebido que a atividade turística está cada vez mais interligada na economia global e regional, as regiões que possuem uma potencialidade cultural que podem ser oferecidas ao turista é uma oportunidade de negócio.

2.2 Desenvolvimento Local: Abordagem Conceitual

Há diversos conceitos sobre desenvolvimento, porém ele deixou de ser apenas sinônimo de crescimento e passou a representar também mudanças qualitativas de uma sociedade.

Camarotti e Spink (2000) afirmam que as políticas macroeconômicas consideram a pobreza um problema apenas monetário, não focalizando o indivíduo, contribuindo assim para a desigualdade e exclusão. Para combater o pensamento dessa política macroeconômica, inicia-se uma discussão sobre o desenvolvimento como processo de integração dos diversos setores sociais, e que possibilite um planejamento integrado.

O desenvolvimento local é um processo de crescimento econômico que busca melhorar a qualidade de vida da população utilizando as potencialidades da própria

comunidade e é um processo em que o setor social interage com o setor econômico. (ZAPATA, 2004). Kliksberg (2001) afirma que os objetivos finais do desenvolvimento estão relacionados com a ampliação das oportunidades reais dos seres humanos para desenvolver suas potencialidades.

Na visão de Houée (1997), o desenvolvimento local diz respeito a um processo de mudança e de busca de sinergias, por parte dos agentes locais, para a valorização dos recursos humanos e materiais de um dado território, mantendo uma negociação ou diálogo com os centros de decisão econômica, social e política e com aqueles que serão afetados pelo desenvolvimento. Então é importante que o desenvolvimento local contemple as ações dos atores sociais locais, as lógicas de valorização dos recursos humanos e de suas capacidades para atuarem na transformação do território em que vivem, gerando uma cadeia harmoniosa.

Buarque (2008) considera o desenvolvimento local como uma forma de conexão econômica com o contexto regional que gera oportunidades exigindo especializações nos segmentos em que apresentam vantagens competitivas.

Desenvolvimento local é um conjunto de atividades culturais, econômicas, políticas e sociais. É um conjunto de participantes de um projeto de transformação social. Lembrando que há um significativo grau de interdependência entre os diversos segmentos que compõe a sociedade e os agentes presentes em diferentes escalas econômicas e políticas.

Para Paula (2008), desenvolvimento local é o resultado do esforço para a identificação, reconhecimento e valorização dos ativos locais. A partir daí, há o aproveitamento e desenvolvimento das potencialidades, as vocações, as oportunidades, e as vantagens comparativas e competitivas de cada território. Favorecendo, dessa forma, o crescimento econômico, elevação do capital humano, capital social e a melhoria das condições do governo local.

Essa dificuldade em sintetizar um único conceito de desenvolvimento local, parte da dificuldade inicial de definir a própria palavra desenvolvimento. Brose (2002, p. 208), discutindo os diversos conceitos, destaca que abordagens como “uma nova forma de intervenção”, “uma nova metodologia de ação”, “uma nova proposta de atuação do setor público”, entre outras, não são satisfatórias para expor com precisão a ideia de desenvolvimento local, visto que o termo não é entendido como crescimento econômico, mas como melhoria da qualidade de vida. Não é nenhuma metodologia ou uma forma de atuação, nem tem origem do setor público. Ainda para Brose (2002, p. 2008):

> Desenvolvimento compreende, antes de mais nada, um processo que permeia a história de cada sociedade, que envolve todos os tipos de avanço, retrocessos, conflitos e pactos entre os atores envolvidos, e que gradualmente ao longo do tempo,

permite um incremento na qualidade de vida da população.

Santos e Rodriguez (2002) propõe que o conceito de “desenvolvimento local” é de base, ou seja, construído “de baixo para cima”. A capacidade de decidir sobre esse desenvolvimento não é de exclusividade do Estado ou das elites econômicas. Enxerga-se a sociedade civil, como o principal ator no processo de construção coletiva. Este método “de base” cria certo potencial para que o efeito econômico dessas experiências chegue à esfera política e produza um ciclo de crescimento que contrarie a exclusão.

Coriolano (2003) afirma que o desenvolvimento só ocorre de fato quando todas as pessoas são beneficiadas, quando atinge a escala humana – quando elas tiverem assegurado uma existência digna –, um padrão de vida capaz de garantir a si e a sua família, saúde, bem-estar, alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos, segurança, repouso e lazer. Ficando claro que tal desenvolvimento vai bem além do organizacional de uma sociedade. Essa proposição é semelhante à argumentação de Silva (2003, p. 19) segundo a qual o desenvolvimento precisa ser visto no seu sentido amplo, valorizando o crescimento com efetiva distribuição de renda, com superação significativa dos problemas sociais, sem comprometimento ambiental, o que só pode ocorrer com profundas mudanças nas estruturas e processos econômicos, sociais, políticos e culturais de uma dada sociedade.

Para Mattos (2008), o desenvolvimento local compreende, pelo menos, três dimensões: a econômica, a sociocultural e a política. A primeira é caracterizada por um sistema exclusivo de produção capaz de garantir aos empresários locais o uso eficiente dos fatores produtivos e, dessa forma, há uma melhoria dos níveis de produtividade que lhes garantem competitividade. A segunda é onde os agentes econômicos e sociais integram-se às instituições locais e formam um arranjo de relações que agrega os valores da sociedade ao processo de desenvolvimento. E, por fim, a terceira que, se materializa em iniciativas locais, criação de políticas públicas, e que possibilite a criação de um entorno local que estimula a produção e favorece o desenvolvimento.

Cada vez mais, percebe-se a necessidade da participação da comunidade para ajudar na tomada de decisões políticas e públicas. Assim, Ferraz (2001) classifica como desenvolvimento local qualquer iniciativa fundada na animação de atores para a organização e busca de objetivos comuns para a melhoria da qualidade de vida em bases sustentáveis, ou seja, a partir da geração de ocupações e renda.

No exercício da cidadania, os agentes criam condições para o desenvolvimento local, estrutura um espaço de interação entre a comunidade, recupera a iniciativa de autonomia na gestão do que é público. Isso acontece porque cada local tem características particulares, o

que impede a aplicação de um único modelo de desenvolvimento local para todas as comunidades, sem que sejam analisadas as características daquele espaço e daquela cultura. A comunidade busca formas de melhoria quanto a desigualdade social e obtenção de uma renda extra. Com essa capacidade de organização social em nível local, através da movimentação da sociedade, há a exploração das suas capacidades e potencialidades específicas.

Diante do exposto, essas múltiplas ações complementares possuem um caráter de cooperativismo, mesmo que não sejam explícitas, pois o desenvolvimento local é a soma da união de várias percepções sobre a questão desenvolvimentista. Nesse contexto, vale ressaltar que, de acordo com Ferreira (2014), a criação de associações ou cooperativas ajuda na solução de problemas, bem como fortalece o exercício da ação coletiva.

2.3 Potencial do Turismo para o Desenvolvimento Local

Atualmente, os governos de diversos países, interessados em promover o desenvolvimento regional e local, veem o turismo como sendo uma atividade com grandes possibilidades de contribuição nesse sentido. De fato, classificado como a principal atividade econômica do mundo atual, superando até mesmo o petróleo em geração de divisas internacionais, o turismo tornou-se ‘objeto de desejo’ para muitas regiões. Assim, governos nacionais e locais, juntamente com uma considerável parcela de empresários e outros agentes econômicos, assimilaram o discurso que coloca o desenvolvimento do turismo como grande alternativa de política econômica (SILVEIRA *apud* RODRIGUES, 1999).

O principal exemplo do uso do turismo como alternativa de desenvolvimento, são os Emirados Árabes, mais especificamente Dubai. Diante da perspectiva de esgotamento das suas reservas de petróleo, o governo de Dubai criou uma forte política de desenvolvimento com base no turismo. Como resultado, promove uma profunda reorganização da sua economia, com uma correspondente intervenção físico-territorial na sua zona costeira.

Em uma escala menor, a zona costeira da região Nordeste do Brasil apresenta inúmeros casos de investimentos no turismo, como alternativa de desenvolvimento. São exemplos: Praia do Forte (BA), Maragogi/Japaratinga (AL), Porto de Galinhas (PE), Pipa (RN) e Jeriquaquara (CE). Entretanto, nesses casos nem sempre há um foco no desenvolvimento turístico com base local, porém são cidades que vivem do turismo.

O desenvolvimento local alavanca a possibilidade de alcance de cinco objetivos: preservação/conservação ambiental, preservação da identidade cultural, geração de ocupações produtivas e de renda, fortalecimento do planejamento participativo e melhoria da qualidade de vida nas comunidades envolvidas.

Para que o turismo represente um desenvolvimento em termos locais é importante considerar que, como diz Benevides (1998): as populações locais não percam a sua identidade cultural por ser um dos motivos de atração turística. Outro fator que o autor destaca é que, para que o turista valorize as atratividades culturais e ambientais, a população local participe no desenvolvimento da região.

Para Benevides (1998), em relação ao turismo e a economia, o desenvolvimento é um processo em que a sociedade utiliza a sua capacidade produtiva de forma positiva para aumentar quantitativamente e qualitativamente os bens e serviços disponíveis na economia, decorrente de inovações tecnológicas e organizacionais refletindo, dessa forma, na qualidade de vida da população nesse processo.

O turismo de base local pode ser entendido como uma estratégia para superar a abordagem economicista que prioriza o crescimento do PIB, mas ignora os componentes naturais e culturais que dão sustentação ao turismo. Com essa valorização local, e com o aproveitamento das potencialidades do turismo, quanto maior for o número de conexões internas entre os setores da economia, menor a probabilidade de que seja necessário importar materiais de fora da região, estado ou país, pois os efeitos multiplicadores do turismo serão mais acentuados no território.

Em consenso com Barbosa (2004), o relacionamento entre os turistas e o interesse da população local de receber os turistas resulta no desenvolvimento econômico, tais como o aumento de empregos e de consumo de bens e serviços. Além da circulação de moeda, elevação do nível social da população e surgimento de empresas ligadas ao turismo. Ressaltando o setor público, para Barbosa (2004), se beneficia da atividade turística, pelo fato de o dinheiro gerado pelas atividades turísticas ter um efeito multiplicador seja pela maior arrecadação de impostos e taxas, aumento da urbanização, incremento das indústrias associadas à atividade turística, sendo uma consequência positiva para o desenvolvimento local de uma região.

Santos (2014) ressalta que o potencial da atividade turística contribui para o crescimento das economias das regiões, para a ordenação do território, atrair investimentos. O mesmo autor ressalta, ainda que, esse potencial mobiliza outros setores tais como o comércio e o imobiliário. O turismo gera, de fato, uma cadeia interligada de desenvolvimento.

Lage e Milone (2001) afirmam que o incentivo ao turismo permitirá aos países em desenvolvimento que a efetivação dos processos de crescimento e desenvolvimento econômico seja feita com a proteção dos recursos naturais existentes e o respeito à conservação dos valores culturais das populações locais.

Lindberg e Hawkins (2001) citam alguns pontos importantes para aumentar a

interação entre o turismo e o desenvolvimento local: a participação local é, o maior envolvimento das lideranças locais, raciocínio de agente de mudança, análise das condições específicas do local, incentivo aos investidores e a avaliação dos progressos. Vale ressaltar a importância das políticas públicas, boas políticas públicas trazem bons índices de crescimento e desenvolvimento social, fortalecendo e integrando uma sociedade.

Diante deste cenário, é perceptível o alto crescimento econômico no país, ou seja, atividade turística traz, em grande medida, consequências positivas para o desenvolvimento local ou regional. Assim como afirma Barbosa (2004), o turismo com base local ou regional constitui numa mediação possível para dar algum dinamismo econômico aos lugares, representada pela possibilidade de geração local ou regional de ocupação e renda, que por sua vez, constitui o braço economicista da ideologia do localismo/regionalismo.

3. POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO BRASIL

A abordagem deste capítulo é focada em políticas públicas de turismo, onde foi realizado um recorte conceitual dessas políticas, além de apresentar alguns dos programas com ênfase no desenvolvimento turístico, a exemplo o Prodetur.

3.1 Políticas Públicas de Turismo

As políticas públicas estão sob um aspecto interdisciplinar, pois, além da ciência política, abrange diversas áreas do conhecimento, tais como as ciências sociais aplicadas, a economia e a administração pública.

Políticas Públicas são aqui entendidas como o "Estado em ação" (GOBERT, MULLER, 1987 *apud* HÖFLING, ELOISA, 2001). É o governo intervindo nos vários setores da sociedade na busca de sanar ou amenizar mazelas sociais, sempre na busca de um bem comum. Boas políticas públicas trazem bons índices de crescimento e desenvolvimento social, fortalecendo e integrando uma sociedade.

Dias (2003, p. 121) afirma que a política pública pode ser definida como,

> [...] o conjunto de ações executadas pelo Estado, enquanto sujeito, dirigidas a atender às necessidades de toda a sociedade. Embora a política possa ser exercida pelo conjunto da sociedade, não sendo uma ação exclusiva do Estado, a política pública é um conjunto de ações exclusivas do Estado. São linhas de ação que buscam satisfazer ao interesse público e têm que estar direcionadas ao bem comum.

Nota-se nesta definição a importância da interligação entre sociedade e o Estado, em propor e/ou tomar decisões sobre ações que afetarão o desenvolvimento e as atividades destinadas a uma determinada localidade ou região.

Conforme Cruz (2002), é através da política setorial e dos programas e planos a ela vinculados que a administração pública dá visibilidade a seu projeto de governo para um dado setor da vida social.

As políticas públicas são instrumentos que, se bem elaborados, implementados, monitorados e avaliados corretamente são capazes de promover o desenvolvimento social e econômico, não somente das populações, mas também dos setores da economia ao qual se destinam. Por serem ações que visam a melhoria do bem-estar social, devem ser elaboradas levando em consideração a participação da sociedade.

Tais políticas estão relacionadas a determinadas atividades econômicas, a exemplo do turismo, expressando a importância que esse setor alcançou atualmente no conjunto da

economia mundial e que vem sendo incentivado por governos estaduais e municipais, como acontece no Estado de Alagoas, o foco de estudo.

O turismo é hoje uma das atividades mercadológicas com maior índice de crescimento. Devido a este processo de crescimento o poder público passou a fomentar políticas de regulamentação e incentivos à atividade turística, trabalhando-o de maneira planejada com metas e ações pré-estabelecidas, para que seja alcançado o maior índice possível de desenvolvimento.

Utilizado na esfera do poder público, a política é definida como "um curso de ação calculado para alcançar objetivos, ou seja, direções gerais para o planejamento e a gestão do turismo baseadas em necessidades identificadas dentro de restrições de mercado e de recurso" (BENI, 2006, p. 91).

Política pública de turismo, segundo Beni (2001, p. 178):

> [...] é o conjunto de fatores condicionantes e de diretrizes básicas que expressam os caminhos para atingir os objetivos globais para o turismo [...]; determinam as prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado, e facilitam o planejamento das empresas do setor quanto aos empreendimentos e atividades mais suscetíveis de receberem apoio estatal.

Beni (2001, p. 178) ainda pontua que essa política precisa nortear-se por três grandes condicionamentos – o cultural, o social e o econômico – por mais simples ou ambiciosos que sejam os programas, projetos e atividades a desenvolver. Além disso, Dias (2003) afirma a importância de agregar mais uma condicionante, ou seja, a dimensão ambiental. Esta dimensão ambiental é justamente para que o turismo não ocorra de forma descontrolada com os recursos limitados.

A política pública de turismo deve abranger os aspectos culturais, ambientais e sociais, como afirma Vieira, (2011, p. 21):

> A política de turismo deve ser entendida em sua complexa totalidade, agregando todos os seus componentes, afinal a atividade apresenta uma grande diversidade de atuação e as políticas, vale ressaltar, apresentam-se inter setorizadas, cabendo ao Estado a obrigatoriedade de ações de proteção do meio ambiente, preservação do patrimônio e do bem-estar social.

Verifica-se que implementar políticas de turismo como estratégia de desenvolvimento é um tema de grande complexidade devido aos inúmeros fatores que se inserem nesse processo.

> No entanto, a partir das teorizações sobre essa possibilidade, ganha grande importância para a efetivação dessa proposta o espaço local que [...] passa assim a

> ser referenciado não somente no sentido valorativo da escala espacial, mas como alternativo ao padrão dominante de desenvolvimento, um espaço que, por estar à margem desse padrão, preserva relações comunitárias pouco hierarquizáveis, e enseja a continuidade de formas mais ambientalmente sustentáveis de produzir […] (BENEVIDES, 2002b, p. 27).

Segundo Hall (2004), para que haja o desenvolvimento satisfatório das políticas públicas de turismo é preciso avaliar e monitorar as ações no setor de turismo. Avaliação e monitoramento são fundamentais na medida em que:

- Avaliam o grau de necessidades políticas e intervenções do governo;
- Possibilitam o teste de hipóteses referentes ao funcionamento do processo, a natureza dos resultados e a eficiência dos programas;
- Especificam sobre resultados e impactos da política;
- Medem a eficiência e relação custo-benefício das políticas e planos de turismo em termos dos recursos financeiros, humanos e de capital.

A importância do planejamento governamental e da política pública de turismo decorre, fundamentalmente, da competência que tem o turismo de transformar os lugares, revolucionando formas tradicionais de organização social, rearranjando infraestruturas, inserindo nos lugares nexos que lhes são estranhos, impondo, enfim, sua lógica de organização socioespacial (CRUZ, 2002, p. 4).

Segundo Rodrigues (1999), em vista de seus importantes efeitos econômicos e sociais, o turismo, organizado e planejado, é poderoso instrumento de aceleração ou complementação do processo de desenvolvimento, podendo agir como firma e produzir bens e serviços, tais como hotéis, centros de convenções, marinas e terminais turísticos.

Devemos assim fazer um levantamento das potencialidades e prioridades de cada localidade, para só então estabelecer metas e objetivos alinhados à política nacional de turismo, é por isso que a política pública é de fundamental importância para a decisão do futuro do setor turístico no país. Dessa forma, a política pública nada mais é que o vetor de direcionamento do processo de planejamento, sendo um instrumento e resposta do poder público aos efeitos negativos do desenvolvimento (CRUZ, 2000, p. 33).

O Brasil vem, fortemente, despertando para essa realidade. Notou seus grandes potenciais, e vem investindo na criação de políticas públicas para os mais diversos setores econômicos, inclusive para o turismo. A criação do Ministério do Turismo (MTur), no ano de 2003, pode ser citada como um marco, por mais que seja recente, dos investimentos na organização e administração da atividade turística no país. O MTur veio com a missão de desenvolver o turismo, como atividade econômica com papel de grande relevância na geração

de emprego e renda, de forma sustentável, proporcionando inclusão social.

Visto que o turismo muitas vezes acontece de forma involuntária, sem planejamento, as políticas públicas surgem para o sucesso do setor turístico, pois estabelecem regras e diretrizes a serem cumpridas a longo e médio prazo; sem estas diretrizes o setor está destinado ao insucesso. Estas políticas servem para prevenir os problemas que venham a surgir. Vale ressaltar que é de responsabilidade do Estado montar infraestrutura básica, urbana e de acesso; e à iniciativa privada cabe oferecer os serviços e disponibilizar os equipamentos turísticos.

A formulação das estratégias desse desenvolvimento socioespacial deve ser compreendida como,

> [...] um processo de superação de problemas e de conquista de condições (culturais, técnico-tecnológicas, político-institucionais, espaço-territoriais) propiciadora de maior felicidade individual e coletiva, o desenvolvimento exige consideração simultânea das diversas dimensões constituintes das relações sociais (cultura, economia, política) e, também, do espaço natural e social (SOUZA, 2002, p.18).

Esse desenvolvimento socioespacial não depende simplesmente da implementação das políticas de incentivo ao turismo, pois é preciso analisar que a sociedade é formada por atores sociais diferentes. Além disso, existe a questão da autonomia levantada sobre a atividade, pois o desenvolvimento socioespacial pressupõe que uma coletividade tenha autonomia, disciplinando o turismo conforme seus interesses e suas necessidades.

A população das áreas receptoras, entretanto, não é homogênea, e essa autonomia, então, seria de que grupo social? (SOUZA, 2002). Segundo Becker (1991), ao nível local, tratando-se de espaços de convivência, é prioritária para a gestão a participação da população e do saber local na formulação e na execução das estratégias, táticas e técnicas a serem utilizadas.

As políticas públicas de turismo ainda são um assunto complexo, uma vez que as mesmas demoram a ser aplicadas no Brasil, principalmente por se tratar de um país de grandes dimensões geográficas, e o setor ainda não se apresenta completamente estruturado nos municípios do território nacional.

3.2 Evolução das Políticas Públicas de Turismo no Brasil

Houve diversas mudanças no formato da administração realizada pelo Estado nas últimas décadas, e repercutiu na formatação das políticas públicas de turismo, como será

apresentado no decorrer do texto, com base em uma revisão de literatura sobre o tema.

Conforme Beni (2006), as políticas públicas de turismo no Brasil traduziam a visão de alguns poucos e em sua formulação não era incluída a participação de representantes regionais e locais, bem como da iniciativa privada e da sociedade civil no processo de definição e elaboração das políticas. Verifica-se que as políticas de turismo não eram elaboradas de forma participativa, refletindo apenas os interesses diretos do poder público. O autor ainda aborda a grande variabilidade da gestão da atividade turística, com base em vários setores da administração pública.

Quadro 1 - Levantamento cronológico das políticas públicas no Brasil

Período	**Vinculação institucional e marcos da intervenção governamental no turismo**
1937-1945	Proteção dos bens históricos e artísticos nacionais; fiscalização de agências e vendas de passagens.
1946-1947	O turismo sob responsabilidade do Ministério da Justiça e Negócios.
1948-1958	Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio. Intervenção estatal percebida na criação de órgãos e instituições normativas e executivas, e na produção de espaço. Início do planejamento do turismo em nível nacional. Criação da Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR), através do Decreto-Lei nº 44.865 e extinta em fevereiro de 1972.
1959-1962	Subordinação Direta À Presidência Da República. (Combratur)
1963- 1966	O Decreto-lei nº 55 de 18/11, definiu a Política Nacional de Turismo, criou o Conselho Nacional de Turismo (CNT) e a Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR). Regulamentação das agências de viagens e turismo em 23/05. Definição Da Política Nacional De Turismo.
1971	Criação de incentivos fiscais como o Fundo Geral do Turismo - Fungetur (Decreto-lei nº 1.191, de 27 de outubro). 1ª faculdade de Turismo do Morumbi em São Paulo.
1973	Disposição sobre zonas prioritárias para o desenvolvimento do turismo (Decreto-lei nº 71.791 de 1977).
1977	Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977 (dispõe sobre atividades e serviços turísticos, estabelecendo condições para funcionamento e fiscalização). Lei nº 6.513 (cria áreas e locais de interesse turístico) de 20 de dezembro de 1977.
1985-1986	Liberação do mercado para o exercício e a exploração de atividades turísticas e consequente redução da clandestinidade e aumento do número de agências registradas. Criação do programa “Passaporte Brasil” para a promoção do turismo interno. Estímulo à criação de albergues.

1987	Incorporação das questões ambientais na formulação das políticas públicas. Lançamento, pela Embratur, do turismo ecológico como novo produto turístico brasileiro.
1988	O turismo é citado na Constituição brasileira em seu art. 180, no qual se atribui responsabilidades iguais a todos os níveis governamentais.
1992	O turismo passa para o Ministério da Indústria, do Comércio e do turismo. Revitalização do Fungetur e dos incentivos fiscais do setor. Apresentação do Plano Nacional de Turismo – Plantur. Criação do Programa de Desenvolvimento do turismo no Nordeste – Prodetur/NE.
1993-1994	Implantação do Prodetur/NE. Lançamento de diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo. Incorporação dos princípios de descentralização governamental no turismo por meio do Plano Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT.
1996-2002	Criação do Ministério do Esporte e Turismo. Apresentação de nova Política Nacional de Turismo para o período de 1996-1999, contendo dez objetivos estratégicos, entre os quais destacam-se a descentralização, "conscientização" e articulação intra e extragovernamental. Instalação dos comitês "Visit Brazil", maiores investimentos em *marketing* e divulgação no exterior, bem como promoção da pesca esportiva e do ecoturismo. Flexibilização da legislação (resultando na queda das tarifas aéreas e no início de cruzeiros com navios de bandeira internacional pela costa brasileira).
2003-2005	Criação do Ministério do Turismo com incorporação da Embratur e 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). Criação do Conselho Nacional de Turismo e do Fórum Nacional de Secretários de Estado do Turismo. Lançamento do Plano Nacional de Turismo (2003-2007). Implantação do Programa de Regionalização Turística "Roteiros do Brasil". Lançamento do Salão Brasileiro de Turismo. Assinatura dos primeiros convênios relacionados ao Programa de Desenvolvimento do Turismo no Sul do Brasil – Prodetur/ SUL. Instalação dos Fóruns Estaduais de Turismo Mais de 600 cursos de turismo em todo Brasil. 1º Mapa da Regionalização. Lançamento do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil e de suas diretrizes políticas, através de teleconferência em mais de 550 pontos de transmissão. Apresentação das Diretrizes Operacionais do Programa de Regionalização composta por 9 módulos. Programa Turismo Sustentável e Infância Lançamento da 1ª edição do Projeto "Rede de Cooperação Técnica para a Roteirização Turística" Lançamento da Marca Brasil. 1º Encontro Nacional dos Interlocutores Estaduais do PRT Formalização da Rede Nacional de Regionalização do Turismo Oficinas de Remapeamento das Regiões Turísticas Brasileiras. Lançamento do Projeto Cores do Brasil. Lançamento do Projeto Brasil, Brasil.

	Apresentação do Plano Aquarela Lançamento do Projeto Inventário da Oferta Turística.
2006-2008	Lançamento do 2º Mapa da Regionalização. Lançamento do CADASTUR. 1º Encontro Nacional do PRT – Roteiros do Brasil Lançamento do PNT 2007/2010. Apresentação dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional (65DIDTR) Início da 1ª pesquisa de campo nos 65 destinos indutores. Apresentação do Projeto "Planejamento e Gestão do Turismo Regional" para as 27 Unidades da Federação Brasileira. Programa Viaja Mais, Melhor Idade Estudo de competitividade dos 65 destinos indutores. Oficinas de capacitação para Gestores dos 65 Destinos Indutores. Aprovado texto-base do Projeto de Lei nº 3.118/08, Lei Geral do Turismo. Aprovação da Lei do Turismo, nº 11.771, tornando obrigatório registro no CADASTUR. Crise econômico- financeira internacional (2008/2009)
2009-2011	Apresentação do novo Mapa da Regionalização do Turismo PNT 2010/2013 Programa de Aceleração do Crescimento – PAC Documento Referencial para o Turismo no Brasil 2011-2014 (Fórum Nacional de Sec. e Dirigentes de Turismo (FORNATUR); EMBRATUR e CNT.

Fonte: BENI. Política e Planejamento de Turismo no Brasil. 2006; Mtur (2003/2013)

O levantamento dessas algumas ações institucionais voltadas para a atividade do turismo como visto no quadro, foi necessário para buscar entender qual o período e como se deu início a formatação das políticas públicas de turismo no Brasil. E que desde então não para de receber modificações.

As Políticas públicas de turismo nas décadas de 1950 a 1970 eram centralizadas. Conforme Lafer (1975), foi a partir da década de 50 que o planejamento começou a ser utilizado pelo Estado como um instrumento de condução política no país. Contudo, de acordo com Araujo (2003, p. 1):

> [...] o que caracterizava o Estado brasileiro no período (1920-1980) era seu caráter desenvolvimentista, conservador, centralizador e autoritário. Não era um Estado de Bem-Estar Social. O Estado era o promotor do desenvolvimento e não o transformador das relações da sociedade.

Apesar de a primeira política nacional de turismo ter sido apresentada em 1966, de acordo com Cruz (2002) não significa que não tenha havido anteriormente outras políticas federais para a atividade turística. Tendo como exemplo, o primeiro organismo oficial de turismo na administração pública federal que foi criado pelo Decreto-Lei 1.915, de 27 de dezembro de 1939, o qual foi denominado "Divisão de Turismo", com o intuito de organizar e

fiscalizar os serviços do turismo, tanto no âmbito interno como no âmbito externo.

No governo de Juscelino Kubitschek no ano de 1958, houve um desdobramento institucional do turismo no Brasil, com a criação da Comissão Brasileira de Turismo – Combratur, que criou diretrizes para uma Política Nacional de Turismo (PNT). Ferraz (1992, p. 15) afirma que a finalidade da Combratur era "[...] coordenar, planejar e supervisionar a execução da política nacional de turismo, com o objetivo de facilitar o crescente aproveitamento das possibilidades do país, no que respeita ao turismo interno e internacional".

Porém, é verificado que a Política Nacional de Turismo (PNT) surge mesmo no governo de Castelo Branco, período em que houve a reformulação da máquina administrativa federal que era baseada no Plano de Ação Econômica do Governo – PAEG para o período de 1964 a 1966, época do Regime Militar. Nesse momento foi percebido que a atividade turística é utilizada no discurso político como uma alternativa para se minimizar as desigualdades entre as regiões Norte e Nordeste em comparação às demais regiões do país.

Foi com o Decreto-Lei n.º 55, de 18 de novembro de 1966, que o Conselho Nacional de Turismo - CNTUR e a Empresa Brasileira de Turismo – Embratur, surgiram. Conforme Beni (2006, p. 23), apesar da existência de diplomas legais anteriores que legitimavam algumas políticas públicas para o turismo no Brasil, e que contribuíram para a organização do setor, a criação do CNTUR e da Embratur representam a formalização de uma estrutura federal para a administração do turismo no país. A partir desse feito fica marcado, de forma mais clara, direta, e objetiva a intervenção do governo nas ações da atividade turística brasileira, como uma política de Estado, para todo território nacional.

Ao CNTUR cabia a função normativa – e era um órgão superior à Embratur, e à Embratur eram destinadas as funções executivas. Como parte das atribuições da Embratur, estava a de fomentar e financiar diretamente as iniciativas, planos, programas e projetos que visassem ao desenvolvimento da indústria do turismo, e que seguissem as regulamentações do Decreto-Lei (nº 55/1996) ou das resoluções do CNTUR. E, mais a frente, foi estabelecido que a Embratur ficaria com a responsabilidade pela organização, promoção e divulgação das atividades ligadas ao turismo. Ficou estabelecido que toda e qualquer atividade relacionada ao Turismo, para ser desenvolvida de forma legal, deveria ser, obrigatoriamente, registrada, autorizada e fiscalizada pela Embratur. Manteve-se tal situação até o fim do regime militar, pois durante todo esse período, o governo deteve controle sobre o desenvolvimento do turismo, divulgando a imagem do país no exterior.

Verifica-se que nas políticas públicas de turismo traçadas até então, a atividade turística é caracterizada sendo reconhecida apenas como uma fonte de geração de renda. Além

disso, Cruz (2002) mostra que há uma confusão nos conceitos de política de turismo e de planejamento turístico, e afirma que esta confusão vai permear todo o desenvolvimento da atividade turística no Brasil, e que resultou na ineficiência das políticas que foram formuladas no período.

A década de 1970, no que tange ao turismo, foi marcada pela criação de fundos para o financiamento de projetos de desenvolvimento turístico, como foi o caso do Fundo Geral do Turismo – Fungetur- criado pelo Decreto-lei nº 1.191, de 27 de outubro de 1971, o intuito era de estimular o setor hoteleiro. Já em 1976 com decreto-lei nº 1.376, são criados novos fundos de investimentos, como o Fundo de Investimento do Nordeste – Finor; o Fundo de Investimento da Amazônia – Finam e o Fundo de Investimentos Setoriais – Fiset. Para que pudessem ser financiados por esses fundos, os empreendimentos deveriam estar enquadrados em programas para o desenvolvimento do turismo em seus respectivos estados e municípios, bem como estar sob o gerenciamento da Embratur (BENI, 2006).

Endres (2002) aponta que as instituições estatais que atuaram no setor turístico representaram, na década de 1970, o corpo técnico, especializado, racional e eficiente que, através da elaboração de planos e programas, controlavam os rumos do setor. Essa atuação centralizada, definida do topo para a base, reduziu as possibilidades de se alcançar os meios políticos e institucionais para implementar políticas.

Foi somente a partir da década de 1980 que as políticas públicas de turismo tiveram foco na participação de todos os integrantes. Com o fim da ditadura militar há uma transformação histórica. A atividade turística no Brasil sofre mudanças em sua estrutura sob o efeito do Decreto-Lei nº 2.294 de novembro de 1986, no qual o primeiro artigo determina que: "[...] são livres, no país, o exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos, salvo quanto às obrigações tributárias e às normas municipais para a edificação de hotéis". Ou seja, há a retirada da tutela do Estado. Como consequência, houve o início da abertura desordenada de agências de viagens, pois era o fim da obrigatoriedade da classificação e do registro junto à Embratur das empresas turísticas e, com isso, o fim da própria instituição nos moldes até então concebidas.

Assim, a estatal Embratur inicia uma nova fase. As transformações se dão nos governos subsequentes e as mudanças transformaram o cenário político nacional e, por conseguinte, as políticas públicas de turismo. Beni (2006, p. 25) complementa que:

> [...] até o final dessa década, acreditava-se que a melhor forma de organizar a política de turismo no Brasil seria por meio do estabelecimento de um colegiado do setor, o Sistema Nacional de Turismo, composto pela Embratur, CNTUR e Ministério da Indústria e Comércio.

Durante o governo Collor a Embratur sofre outra mudança, dessa vez com a Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991. A Embratur perde boa parte de sua autonomia, muda seu *status* jurídico de "empresa" para "autarquia", e passa a denominar-se Instituto Brasileiro de Turismo. Em 1992 é assinado o Decreto 448 onde a Embratur apresenta o Plano Nacional de Turismo - PLANTUR, que seria executado de 1992–1994, sendo visto como o primeiro passo para a implantação da Política Nacional de Turismo. Esse decreto propõe inovações em suas diretrizes, como ser a prática do turismo uma forma de promoção da valorização e preservação do patrimônio natural e cultural do país, além da valorização do homem como destinatário final do desenvolvimento turístico.

Adota-se então a ideia proposta pela Organização Mundial do Turismo (1994), de que o turismo ocorre efetivamente nos destinos - nos municípios, e que são eles os verdadeiros conhecedores das potencialidades do território onde residem. A Embratur começa então a repassar as diretrizes de desenvolvimento diretamente às prefeituras, baseando-se na participação comunitária e na formação de conselhos.

A municipalização então ganha força, e o Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT, apesar de ter sido criado em 1992, através da Embratur, só foi instituído oficialmente em 1994. Inicia suas atividades efetivas nos municípios a partir do ano de 1995 e continua em âmbito federal até o final da gestão do ex-presidente Fernando Henrique. O PNMT objetivava a incorporação dos princípios de descentralização governamental no turismo. Foi a partir desse período que o turismo foi visto como setor estratégico, capaz de gerar renda e emprego. Veremos mais à frente a importância do PNMT.

No primeiro mandato do governo Fernando Henrique Cardoso – FHC, seguiu a política nacional de turismo - período de 1996-1999. Foi instituída com base em pressupostos desenvolvimentistas, tais como: a estabilização econômica, o financiamento do desenvolvimento e a reforma do Estado. Objetivando a inserção competitiva, a modernização, a eficácia do Estado e a redução dos desequilíbrios espaciais e sociais.

Foi seguida pela Política Nacional de Turismo de 2000, que definiu como um de seus objetivos estratégicos a descentralização, a partir do:

- fortalecimento das secretarias e órgãos estaduais/municipais para a gestão do turismo;
- transferência de responsabilidade para a gestão das atividades turísticas através do PNMT;
- delegação de atividades a entidades privadas;
- terceirização de serviços.

Em 2003, na gestão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, foi criado o Ministério do

Turismo, e este dividido em alguns órgãos finalísticos: Secretaria de Política de Turismo, Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo, Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur, Conselho Nacional de Turismo – CNTur. Com isso a Embratur voltou a ter o papel de promoção e divulgação do turismo brasileiro, em uma perspectiva de governo que, em tese, privilegia a gestão descentralizada e as parcerias.

Essas mudanças realizadas na década de 1990 e seguidas desde então, em relação às políticas públicas de turismo, mostram certas características evolutivas, no momento em que aceita uma discussão ampliada entre os atores envolvidos no processo das políticas, como governo, iniciativa privada, sociedade e academia.

3.2.1 PNMT- Programa Nacional de Municipalização do Turismo

O PNMT adota a metodologia da Organização Mundial de Turismo -OMT, "visando implementar um novo modelo de gestão da atividade turística, simplificando e uniformizando, para os estados e municípios, de maneira integrada, buscando maior eficiência e eficácia na administração da atividade turística, de forma participativa" (DIAS, 2003, p. 144).

O princípio norteador do PNMT foi a descentralização das ações por meio da municipalização, visando

> [...] fortalecer o Poder Público Municipal para que, em conjunto com as instituições privadas e os representantes da comunidade, assumisse a corresponsabilidade e fosse partícipe da definição e da gestão das políticas, dos programas e das ações locais voltadas para o desenvolvimento do turismo sustentável (BRASIL, 1998).

O Programa Nacional de Municipalização do Turismo, implementado no Brasil no período de 1994 a 2001, tinha o objetivo de transferir para as esferas locais a responsabilidade de discutir, planejar e executar as ações que até então eram de competência das esferas federais e estaduais. Foram definidos também alguns princípios gerais que eram essenciais para o sucesso do programa, como a descentralização que fortalecia o poder público municipal para que, em conjunto com as instituições privadas e os representantes da comunidade, assumisse a corresponsabilidade e participasse da definição e da gestão das políticas, dos programas e das ações locais voltadas para o desenvolvimento do turismo sustentável.

Os outros princípios eram o da sustentabilidade; a criação de parcerias, capazes de contribuir para o fomento e o desenvolvimento das atividades do turismo sustentável no município; o estímulo da comunidade a atuar e a decidir na busca de alternativas e objetivos

comuns; e, por fim, a necessidade de capacitação com o objetivo de promover a qualificação das pessoas envolvidas com o setor turístico nos municípios.

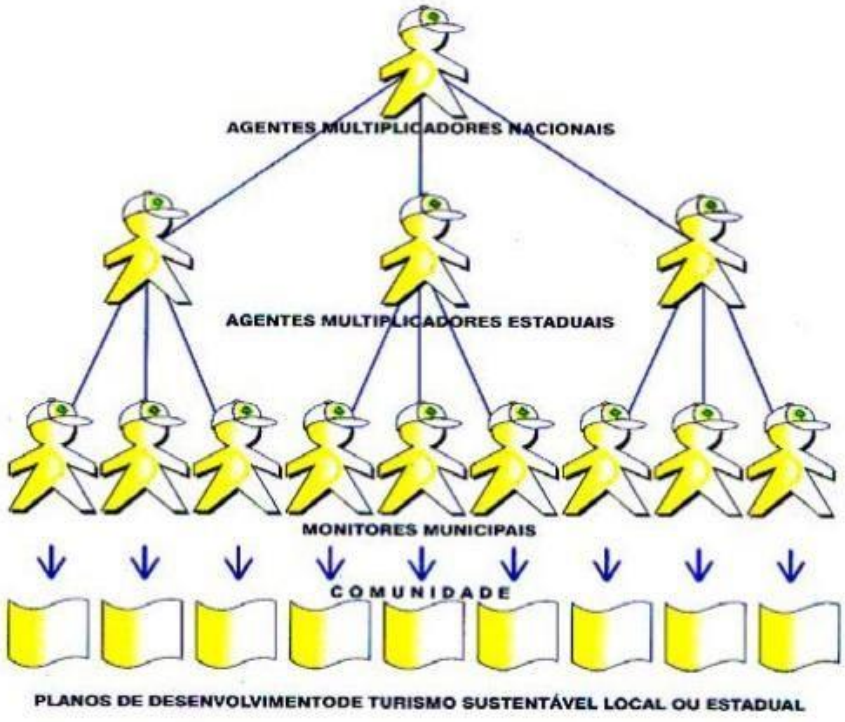
De acordo com o documento oficial Embratur/Ministério do Esporte e Turismo (1999, p. 11), o objetivo geral do PNMT era: "Fomentar o desenvolvimento turístico sustentável nos municípios, com base na sustentabilidade econômica, social, ambiental, cultural e política."

Machado (2004) relata que o PNMT propunha um entendimento social do turismo, e não meramente sua importância econômica para os municípios. Também ressalta a importância do envolvimento dos líderes locais nas etapas do planejamento e, ainda relata sobre o fato que antes da implementação do PNMT poucas pessoas discutiam o turismo no Brasil, o que no contexto atual já é diferente, possivelmente devido ao programa.

Assim, o PNMT foi estruturado de uma forma que integrasse os três níveis governamentais, tendo como núcleo central o Comitê Executivo Nacional, apoiado pelos Comitês Estaduais, e com base na estrutura municipal, que era representada pelos Conselhos Municipais de Turismo apoiados pelo Fundo Municipal de Turismo.

Em paralelo a esta estrutura formal, o programa previa a formação (de maneira voluntária) de um quadro técnico e de pessoal caracterizado em todos os níveis pelos Agentes Multiplicadores Nacionais, Agentes Multiplicadores Estaduais e pelos Monitores Municipais do PNMT (Figura 1).

Figura 1 - Estrutura dos agentes multiplicadores e monitores PNMT



Fonte: OMT, 1994.

Ao longo dos oito anos de vigência oficial do programa, engajaram-se no processo 1450 municípios. Foram capacitados 28 mil agentes locais, graças à participação de 1,5 milhões de voluntários por meio de oficinas de capacitação, cursos, palestras e outras ações (BRASIL, 2002).

A pretensão era de que, ao final, as comunidades e seus agentes multiplicadores dessem continuidade aos trabalhos de elaboração de planos municipais de desenvolvimento turístico, e implantação de negócios e empreendimento para alavancar e estruturar as atividades.

Com essa perspectiva, o PNMT pretendia dotar os municípios brasileiros de condições técnicas e organizacionais para que tivessem a capacidade de criar os seus Conselhos Municipais de Turismo, incluindo suas comunidades de forma participativa na formulação e da gestão do Plano Municipal de Desenvolvimento do Turismo Sustentável. Para tanto, o PNMT estava baseado em princípios que são os da descentralização, sustentabilidade, parcerias, mobilização e capacitação (PEREIRA, 2000).

De acordo com alguns autores foram detectados alguns problemas relacionados à implementação do programa. Por exemplo, Silveira, Paixão e Cobos (2006, p. 129) afirmam:

> A maior parte de recursos financeiros foi destinada aos grandes destinos receptores de turistas do país; a grandes projetos de empresas ou a grupos corporativos do setor, relegando aos pequenos municípios o papel de meros participantes de exaustivas discussões sobre a importância do turismo e outras questões que talvez nunca se transformassem em realidade para os setores, tanto públicos, quanto privados locais.

Além disso, outro problema para a continuidade do PNMT foi que os municípios não eram dotados de recursos técnicos e humanos para poder trabalhar o planejamento turístico adequadamente, o que travava o andamento das ações. Em geral, chegava-se até a fase de discussões e conscientização, porém quando era necessário avançar na elaboração de projetos e propostas tecnicamente viáveis não havia profissionais qualificados para tal, e os governos estaduais e federais também não possuíam contingente suficiente de técnicos para suprir a demanda.

O grande mérito do programa foi a imensa movimentação de milhares de pessoas em todos os quadrantes do país, discutindo sobre um tema que até então era pouco explorado no meio acadêmico ou em setores do mercado diretamente envolvidos no processo. No entanto, a grande crítica que se faz ao programa é devido a sua incapacidade de transformar/ avançar desta grande mobilização para um patamar mais elevado em que houvesse uma concretização dos resultados para as comunidades locais.

O PNMT perdeu-se em sua própria estrutura e grandiosidade, porém não se pode

omitir que o seu legado de mobilização deixou as bases para o lançamento das políticas do próximo governo, fundamentada na regionalização do turismo.

3.2.2 PRODETUR – Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo

O Governo Federal através da Embratur, instituiu programas e projetos voltados para o desenvolvimento da atividade turística de forma sustentável. Dentre eles está o Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo (Prodetur/Ne) que foi criado no ano de 1991, implantado pelo governo federal em 1992, através do Ministério dos Esportes e Turismo e elaborado em parceria com o BNDES, o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) além dos governos estaduais nordestinos.

O objetivo central do programa foi o desenvolvimento turístico regional, estruturado e concebido pelo Governo Federal e os estados para financiar a implantação de infraestrutura de suporte ao turismo, proporcionando e incentivando investimentos da iniciativa privada para implantação de equipamentos turísticos. É a primeira experiência no campo de desenvolvimento turístico regional a ser implementada no país, com financiamento externo.

O Prodetur/Ne é tido como um programa que se propõe a impulsionar o desenvolvimento de cada estado do Nordeste, levando sempre em consideração suas potencialidades turísticas. Esse programa fez parte de um projeto nacional de desenvolvimento do turismo que visava mudar a posição marginal do país entre os destinos mundiais.

A escolha da região Nordeste foi resultado de uma pesquisa de demanda turística internacional realizada no mesmo ano de criação do programa - 1991- elaborada pela Embratur. Um dos objetivos dessa pesquisa foi de identificar os fatores indispensáveis para o segmento do turismo, bem como os novos destinos turísticos brasileiros. Os resultados mostraram que a região Nordeste tinha condições de competir com os demais destinos brasileiros. Segundo Melo e Souza (1997):

> A pesquisa apontou que entre 11% e 35% dos turistas estrangeiros preferem as capitais nordestinas e que os fatores apontados como inibidores do turismo no Nordeste foram a falta de adequada infraestrutura de serviços urbanos e turísticos, o pequeno investimento de promoções no exterior, a pouca qualificação da mão-de-obra e a carência de recursos para financiar empreendimentos privados.

No caso específico do Prodetur/Ne, Beni (2006, p. 27) afirma que o programa foi estruturado com recursos externos, provenientes em sua quase totalidade do Banco

Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Banco Mundial (BIRD), tornando-se o programa por meio do qual o governo interveio na região através de ações de ordenamento e de alavancagem do processo de desenvolvimento turístico no território.

Estes investimentos eram realizados para melhoria e implantação de infraestrutura básica, equipamentos urbanos e oferta de serviços públicos, principalmente nos municípios turísticos e com potencial turístico. A maioria das capitais nordestinas tiveram esses recursos aplicados na construção de aeroportos.

Vale ressaltar que o Prodetur/Ne não é um programa específico do setor turístico, mas sim de todos os setores que estão diretamente relacionados com o turismo, bem como: transporte, comunicação, saneamento e conservação do meio ambiente e do patrimônio histórico (BANCO DO NORDESTE DO BRASIL, 1995), ou seja, é um programa de infraestrutura básica e turística. Conforme Martins (2007), as obras de infraestrutura básica além de atender aos anseios do segmento do turismo, capacitam a região para atrair investimentos privados, podendo melhorar a qualidade de vida da população local, tanto pela implementação desses fixos como pela geração, ainda que temporária, de postos de trabalho.

O programa foi dividido em duas fases, a primeira denominada de Prodetur/Ne I (1992 – 2000) que tinha como objetivo reforçar a capacidade da região Nordeste, manter e expandir sua crescente indústria turística, contribuindo assim para o desenvolvimento socioeconômico regional através de investimentos em infraestrutura básica e serviços públicos em áreas de expansão turística.

Já na segunda fase denominada de Prodetur/Ne II (2000 – 2009), o programa teve como objetivo consolidar e complementar todas as ações necessárias para tornar o turismo sustentável nos polos de turismo onde houve investimentos do Prodetur/Ne I em benefício da população local, antes de sua expansão a novas áreas.

Com o intuito de alcançar o objetivo acima, foram introduzidos novos mecanismos ao Prodetur/Ne II, como: polos de turismo; processo de planejamento setorial integrado e participativo e fortalecimento da capacidade municipal de planejamento e de gerenciamento ambiental, administrativo e fiscal.

Em parceria com os governos estaduais, o BNB identificou na região Nordeste e Norte de Minas Gerais e no estado do Espírito Santo algumas áreas com vocações turísticas e iniciou um processo de formação de 14 Polos Turísticos, como retratado na figura:

Figura 2 - Polos de Turismo – Prodetur/Ne II

Fonte: BNB. Disponível em: www.bnb.gov.br

Cada polo turístico constitui vários municípios da região na qual o polo foi constituído. Porém, nem todos os municípios de um determinado polo turístico receberam investimentos no âmbito do Prodetur/Ne II, pois a seleção dos municípios que serão beneficiados ocorre no processo de planejamento do polo com a elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS) e na sua posterior aprovação pelo BNB e Ministério do Turismo. Estes polos de turismo foram criados com o objetivo de integrar a Cadeia Produtiva de Turismo, visando elaborar o produto turístico no Nordeste com características diferenciadas e competitivas.

3.2.3 PNT – Plano Nacional de Turismo: Uma Análise Histórica 2003-2022

O Plano Nacional de Turismo é um instrumento que estabelece diretrizes e estratégias para a implementação da Política Nacional do Turismo. Ele foi criado em janeiro de 2003 pela nova Secretaria Nacional de Políticas de Turismo (SNPTur), no governo do Presidente Lula. Ele é elaborado de maneira coletiva, com o apoio das áreas técnicas do Ministério do Turismo, Embratur e agentes públicos e privados, por meio da Câmara Temática do Plano Nacional de Turismo, constituída dentro do Conselho Nacional de Turismo. O documento tem como principal objetivo “ordenar as ações do setor público, orientando o esforço do Estado e

a utilização dos recursos públicos para o desenvolvimento do turismo" (MTur).

É importante destacar que com o PNT há uma mudança na função da Embratur que passa a:

> Cuidar exclusivamente da promoção do país no exterior e a centralizar a elaboração de estudos e pesquisas para orientar os processos de tomada de decisão, avaliar o impacto da atividade turística na economia nacional e formatar novos produtos e roteiros turísticos (BENI, 2006 p. 112).

Por causa das tais mudanças, as funções atuais da Embratur ainda que sejam importantes são muito mais limitadas em relação às que eram executadas por este órgão, desde sua criação até o governo de Fernando Henrique Cardoso.

O primeiro Plano Nacional de Turismo (PNT) foi desenvolvido no mesmo ano de criação do Ministério do Turismo (quando foi separado do Ministério do Esporte) em 2003. Até hoje os Planos são mantidos. O primeiro plano era, portanto, de 2003 a 2007 (Diretrizes, Metas e Programas); o segundo, de 2007 a 2010 (Uma Viagem de Inclusão); o terceiro, de 2013 a 2016 (O Turismo Fazendo Muito Mais pelo Brasil); e, por fim, o quarto, de 2018 a 2022 (Mais Emprego e Renda para o Brasil). Iremos entender a seguir sobre cada um dos PNT's.

O PNT (2003 - 2007) foi muito bem estruturado. Ele descreve os organismos responsáveis por movimentar a atividade no país; faz um diagnóstico da atual realidade do setor, com os principais problemas responsáveis por travar o desenvolvimento; demonstra a visão, os objetivos gerais e específicos; as metas para 2003- 2007, os macros programas, além das entidades que contribuíram para as propostas do próprio Plano. Vejamos a seguir os objetivos, metas e macro programas criados pelo Plano.

Quadro 2 - Objetivos do PNT 2003/2007

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

Fonte: PNT 2003/2007, p. 22.

Os macros programas formatados no PNT visam as ações e programas pensados, planejados e desenvolvidos pelo Ministério do Turismo com foco em gerar mais emprego e renda em todo o País. São eles:

Quadro 3 - Ações e programas do PNT 2003/2007

Ações
Planejamento de gestão; Informação e estudos turísticos; Logística de transportes; Regionalização do turismo; Fomento à iniciativa privada; Infraestrutura pública; Qualificação dos equipamentos e serviços turísticos; Promoção e apoio à comercialização e Programa turismo sustentável & infância

Fonte: www.turismo.gov.br.

O Plano (2003 – 2007) está estruturado com base nos seus objetivos dos quais derivam os macros programas, programas e ações. Cada um desses componentes do PNT representa uma área específica que indica na sua essência os resultados que pretende atingir com a política do turismo no país, a saber: "Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais e estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional" (PNT, 2003).

Quadro 4 - Metas traçadas no PNT (2003 – 2007)

Metas
Criar condições para gerar 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 Ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada estado da federação e distrito federal.

Fonte: PNT 2003/2007.

O Plano traz uma análise bem otimista do desenvolvimento do turismo no Brasil. Toda a diversidade natural, cultural, econômica e histórica do país contribuem para o sucesso da atividade e os benefícios através dela gerados, assim como repercute em ações sociais positivas. Visa contemplar as diversidades regionais, configurando-se pela geração de produtos marcados pela brasilidade, proporcionando a expansão do mercado interno e inserir o Brasil no cenário turístico mundial. As ações estratégicas indicadas sinalizam um horizonte para alcançar a geração de emprego, ocupação e renda, a redução das desigualdades sociais e

regionais.

Partindo para o PNT 2007-2010, ele é uma continuidade e ampliação do PNT 2003-2007, tendo como base a adoção do turismo como indutor do desenvolvimento e da geração de emprego e renda no país. O objetivo, portanto, é priorizar o turismo no país, pois o Plano considera o turismo como:

> Multiplicador do crescimento; é intensivo em mão-de-obra, com impactos positivos na redução da violência no país; porta de entrada para os jovens com diferentes níveis de qualificação no mercado de trabalho; fator de fortalecimento da identidade do povo e contribuição para a paz ao integrar diferentes culturas (BRASIL, 2007).

O Plano Nacional de Turismo (PNT/2007-2010) traz estratégias e estímulos para o mercado interno, com adoção de políticas segmentadas para a inclusão social de turistas, trabalhadores e prestadores de serviços, através da qualificação profissional, geração de novos empregos e incorporação das camadas de baixa renda como clientes do mercado turístico. Desse modo, o objetivo central desse plano é fortalecer o mercado interno, pois de acordo com o Ministério do Turismo (2007) o turismo interno é a fonte principal de vigor e desempenho desse setor econômico.

O PNT (2007-2010) foi lançado destacando aspectos como a sustentabilidade dos roteiros com potencial para comercialização no Brasil e exterior, e a promoção da competitividade. Ou seja, é uma segunda edição com o propósito de ser "Uma Viagem de Inclusão" - "Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional", promovendo o plano de marketing nacional "Cores do Brasil" e o plano de marketing internacional "Aquarela (2007-2010)".

Esses projetos buscam ampliar a imagem internacional do país e promover o desenvolvimento do turismo interno na primeira década do século XXI. De acordo com o Ministério do Turismo (2007, p. 05), o sucesso da atividade aumenta a responsabilidade do órgão estatal central de expandir a infraestrutura brasileira, e para isso, foram previstos investimentos de 504 bilhões de reais através do "Plano de Aceleração do Crescimento (PAC)" até o ano de 2010.

Como forma de expandir o turismo interno, as novas políticas públicas de turismo trouxeram como proposta o "Crédito Consignado" para os turistas aposentados e pensionistas com preços promocionais, financiamentos e serviços executados por agências credenciadas. Esse programa foi definido como "Viaja Mais Melhor Idade", e destinado aos cidadãos com mais de 60 anos, o objetivo era de estimular as viagens nos períodos de baixa ocupação dos destinos e proporcionar ao público-alvo melhor conhecimento do Brasil.

Em relação aos objetivos gerais do PNT 2007-2010 houve uma ampliação em relação

ao Plano 2003-2007. São eles:

> Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando nossas diversidades regionais, culturais e naturais; promover o turismo como um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros. Fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País (BRASIL, 2007, p. 16).

As metas também foram ampliadas. São quatro as metas do novo Plano para o turismo brasileiro:

Quadro 5 - Metas do novo PNT 2007/2010

Metas
217 milhões de viagens no mercado interno; 1,7 milhão de novos empregos e ocupações; Estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional; Gerar US$7,7 bilhões em divisas.

Fonte: PNT 2007/2010.

Nesse Plano é verificada a função social do turismo por meio da inclusão social:

> O turismo, sobretudo, vai cumprir sua função social. Chegou a vez do turismo de inclusão. Uma inclusão na mais ampla acepção da palavra: inclusão de novos clientes para o turismo interno, inclusão de novos destinos, inclusão de novos segmentos de turistas, inclusão de mais turistas estrangeiros, inclusão de mais divisas para o Brasil, inclusão de novas oportunidades de qualificação profissional, inclusão de novos postos de trabalho para o brasileiro. Inclusão para reduzir as desigualdades regionais e para fazer do Brasil um país de todos (BRASIL, 2007, p. 8).

Além disso, o PNT 2007 - 2010 adota como diretrizes para o desenvolvimento do turismo no país uma expectativa de resultados que ultrapasse a dimensão de negócio, e visa priorizar o bem-estar social, considerando a proteção à criança e ao adolescente por meio da temática de turismo sustentável e infância, o turismo para jovens como fator de fortalecimento da cidadania e o brasileiro como o principal beneficiado pelo desenvolvimento do turismo no país.

Com o lançamento do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – Uma viagem de Inclusão, em junho de 2007, a Regionalização do Turismo ganha status dentro do PNT e se estabelece como um instrumento que pode contribuir para o aperfeiçoamento da gestão das regiões turísticas e o alcance de todas as metas estabelecidas para o turismo brasileiro. Ainda

neste PNT, foram selecionados 65 destinos com capacidade de induzir o desenvolvimento regional dentro dos roteiros turísticos priorizados pelo Plano Regional do Turismo (PRT). As 27 Unidades da Federação foram consideradas nesta seleção com a inclusão de todas as capitais e a seleção de pelo menos um destino por estado e, no máximo cinco. O objetivo era que esses destinos indutores representassem a diversidade cultural, regional, de biomas, e de gastronomia.

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016, tem como lema "O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil". Esta Política Nacional de Turismo apresenta uma continuidade de orientações estratégicas para o desenvolvimento da atividade no Brasil. O Plano foi construído de acordo com as orientações do governo federal, sob a coordenação do MTur, envolvendo a iniciativa privada e o terceiro setor, por meio do Conselho Nacional de Turismo e alinhado ao Plano Plurianual 2012/2015. Ele define as contribuições do setor para o desenvolvimento econômico, social e a erradicação da pobreza. Tem ainda como insumo básico o Documento Referencial do Turismo no Brasil 2011/2014 e destaca, no âmbito da gestão, as diretrizes que devem nortear o desenvolvimento do turismo brasileiro como:

Quadro 6 - Diretrizes 2011/2014

Diretrizes
Participação e diálogo com a sociedade; A geração de oportunidade de emprego e empreendedorismo; O incentivo à inovação e ao conhecimento; A Regionalização como abordagem territorial e institucional para o planejamento.

Fonte: MTur, 2011.

Esse documento referencial 2011/2014 serviu de base para a elaboração do PNT 2013-2016. Para o Brasil era o momento de identificar tendências e se antecipar para poder oferecer produtos de melhor qualidade aos turistas que chegarão para os megaeventos esportivos e certamente será um grande momento de reforçar a imagem positiva do país.

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016 apresentou-se com visão de futuro, de posicionar o Brasil como uma das três maiores economias do mundo até 2022. Para alcançar essa meta, sabia-se que era preciso planejar e implementar um conjunto de políticas públicas e ações, muito esforço para alavancar e concretizar o enorme potencial turístico do país através de cinco grandes objetivos, sendo eles:

Quadro 7 - Objetivos do Plano Nacional de Turismo 2013-2016

Objetivos

Incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil Incrementar geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros; Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos; Promover o apoio à pesquisa, inovação e conhecimento.

Fonte: PNT 2013-2016.

Além dos objetivos, o plano também previa algumas metas, como:

Quadro 8 - Metas do Plano Nacional de Turismo 2013-2016

Metas
Aumentar para 7,9 milhões a chegada de turistas estrangeiros. Aumentar para US$108 bilhões a receita com o turismo internacional. Aumentar para 250 milhões o número de viagens domesticas. Elevar para 70 pontos o índice de competitividade turística nacional. Aumentar para 3,6 milhões as ocupações formais no setor de turismo

Fonte: PNT 2013-2016.

E tinha como planejamento das ações as de:

Quadro 9 - Planejamento de ações do PNT 2013-2016

Etapa	**Ações a serem desenvolvidas**
Conhecer o Turista, o mercado e o território	a) desenvolver estudos e pesquisas sobre a atividade turística b) implementar plataforma interinstitucional de dados c) implementar sistema de inteligência
Estruturar os Destinos Turísticos	a) Apoiar o desenvolvimento das regiões turísticas b) apoiar a elaboração e a implementação dos planos de desenvolvimento Turístico c) melhorar a infraestrutura turística d) mensurar a competitividade nos destinos turísticos e) estruturar os segmentos turísticos priorizados
Promover os Produtos Turísticos	a) Realizar campanhas de promoção do turismo interno b) apoiar eventos de comercialização c) realizar mostra dos produtos e roteiros turísticos d) fortalecer a estratégia de promoção internacional do turismo brasileiro e) apoiar a realização de eventos de fortalecimento da atividade no país f) reavaliação dos encargos tributários
Estimular o Desenvolvimento Sustentável da Atividade Turística	a) combater a exploração de crianças e adolescentes na cadeia produtiva b) integrar a produção de associada na cadeia produtiva do turismo c) fomentar o turismo de base comunitária
Fortalecer a Gestão Descentralizada, as Parcerias e a Participação Social	a) Definir modelos referenciais de infraestruturas de gestão para as Organizações Públicas do Turismo (OPT) b) ampliar a cooperação internacional em turismo c) promover a melhora de Ambientes Jurídico Favorável
Implantação do Plano:	a) Agenda estratégica do turismo brasileiro 2013/2022

Agenda Estratégica do Turismo e os PNTs em Ação	b) PNT em Ação Monitoramento e Avaliação

Fonte: PNT 2013-2016.

Um planejamento integrado e participativo é o princípio do planejamento estratégico, tendo que incluir em sua elaboração instrumentos e estratégias participativas em todas as etapas, da formulação à implantação realizada com responsabilidade e comprometimento com os resultados das ações planejadas.

As ações do PNT 2013/2016, foram agrupadas com objetivo e orientação estratégica, mantendo uma relação direta com os resultados a serem alcançados e os indicadores a eles associados, descritos no detalhamento das ações no plano. O planejamento para o futuro da atividade no Brasil foi traçado e os indicativos demonstravam prosperidade e oportunidades com os grandes eventos esportivos que aconteceriam.

Segundo o Secretário Nacional de Políticas Públicas, Vinícius Lummertz (2013), o PNT 2013 -2016 prevê a realização de estudos e pesquisas que objetivam um maior conhecimento sobre o turismo, o mercado e território; a estruturação dos destinos; o fomento; a regulação e a qualificação dos serviços turísticos; a promoção dos produtos turísticos; o estímulo ao desenvolvimento sustentável da atividade; o fortalecimento da gestão descentralizadas, das parcerias e da participação social; e a melhoria de um ambiente jurídico favorável ao setor.

Por fim, o quarto e atual PNT de 2018 a 2022 (Mais Emprego e Renda para o Brasil). A Política Nacional de Turismo tem como objetivos: “contribuir para a redução das desigualdades sociais e econômicas regionais, promover a inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e melhorar a distribuição de renda”. Desse modo, o PNT é estruturado com base nas linhas de atuação do turismo, nas iniciativas referentes a cada linha e suas respectivas estratégias para alcançar o que é proposto: “modernizar e desburocratizar o setor; ampliar investimentos e o acesso ao crédito; estimular a competitividade e inovação; investir na promoção do destino Brasil interna e internacionalmente e na qualificação profissional e dos serviços; e fortalecer a gestão descentralizada e a regionalização do turismo” (PNT 2018-2022).

Metas Globais para o Turismo no Brasil a serem atingidas, através do Plano Nacional de Turismo, até 2022:

- Aumento da chegada de estrangeiros de 6,6 milhões para 12 milhões;
- Ampliação da receita cambial do turismo dos atuais US$ 6,6 bilhões para US$ 19 bilhões;

- Inserção de 39,7 milhões de brasileiros no mercado consumidor de viagens;
- Geração de 2 milhões de novos empregos no turismo.

Para atingir tais Metas Globais, como já mencionado, foram elencadas iniciativas e estratégias em cada linha de atuação do turismo, conforme a seguinte tabela:

Tabela 1 -Estratégias para alcançar as Metas Globais para o Turismo no Brasil

Linhas de atuação	Iniciativas	Estratégias
ORDENAMENTO GESTÃO E MONITORAMENTO	Fortalecer a gestão descentralizada do turismo	a) Fortalecer o Sistema Nacional de Turismo; b) Estimular a formação de redes para a gestão do turismo; c) Estimular as parcerias no turismo e a gestão compartilhada dos recursos.
	Apoiar o planejamento do turismo, integrado ao setor de segurança pública	a) Estimular e apoiar o planejamento do turismo, em âmbitos estadual, regional e municipal; b) Incentivar soluções de segurança pública que envolvam o setor turístico.
	Aperfeiçoar o ambiente legal e normativo do setor turístico	a) Promover melhorias e alterações em legislações e normativos no ordenamento jurídico brasileiro, com vistas a estruturar a atividade turística, melhorar o ambiente de negócios e estimular investimentos.
	Ampliar e aprimorar estudos e pesquisas em turismo	a) Efetivar e apoiar a estruturação de uma rede de observatórios de turismo em âmbito nacional; b) Viabilizar a implementação da Conta Satélite do Turismo; c) Ampliar a divulgação e o acesso às informações e aos dados turísticos; d) Estimular a realização de estudos para conhecimento dos mercados-alvo.
	Fortalecer e aperfeiçoar o monitoramento da atividade turística no país	a) Padronizar os indicadores de monitoramento do turismo; b) Monitorar o desempenho da economia do turismo nos municípios brasileiros; c) Monitorar o ordenamento e a estruturação dos segmentos e o desempenho das atividades econômicas orientadas ao turismo.
ESTRUTURAÇÃO DO TURISMO BRASILEIRO	Melhorar a infraestrutura nos destinos e nas regiões turísticas brasileiras	a) Estimular projetos de sinalização turística inteligente e interativa; b) Promover a infraestrutura necessária para permitir o acesso de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida aos atrativos turísticos; c) Elaborar plano integrado de desenvolvimento da infraestrutura logística para o turismo.
	Promover e facilitar a atração de investimentos e a oferta de linhas de crédito para o turismo	a) Ampliar a oferta de recursos para fomento e incentivo ao setor de turismo; b) Criar e implementar um novo modelo que reduza a burocracia nas transferências intergovernamentais.

	Aprimorar a oferta turística nacional	a) Promover a valorização do patrimônio cultural e natural para visitação turística; b) Estimular o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes; c) Estimular o desenvolvimento segmentado dos produtos turísticos brasileiros.
FORMALIZAÇÃO E QUALIFICAÇÃO NO TURISMO	Ampliar a formalização dos prestadores de serviços turísticos	a) Ampliar as parcerias para fortalecer e intensificar as ações de fiscalização dos prestadores de serviços turísticos; b) Fortalecer o relacionamento com os prestadores de serviços turísticos e com o turista.
	Intensificar a qualificação no turismo	a) Estimular a qualificação do turismo nos setores público e privado; b) Estimular a modernização e atualização contínua da grade curricular dos cursos relacionados ao setor de turismo; c) Incentivar a constituição de parâmetros para a certificação de empresas e atividades do turismo.
INCENTIVO AO TURISMO RESPONSÁVEL	Estimular a adoção de práticas sustentáveis no setor turístico	a) Promover o desenvolvimento de políticas de turismo responsável nos níveis estadual, regional e municipal; b) Premiar e disseminar boas práticas de turismo sustentável; c) Intensificar a realização de campanhas de sensibilização para o consumo consciente.
	Promover a integração da produção local à cadeia produtiva do turismo e o desenvolvimento do Turismo de Base Local	a) Estimular o desenvolvimento de novas atividades turísticas que incorporem aspectos da produção local, da cultura e da culinária regional; b) Apoiar e articular ações para promover e ampliar os canais de comercialização dos produtos associados ao turismo e das iniciativas de Turismo de Base Local.
	Possibilitar o acesso democrático de públicos prioritários à atividade turística	a) Definir as diretrizes para o desenvolvimento do turismo social; b) Estimular o desenvolvimento de um turismo acessível a todos; c) Sensibilizar o setor para a inclusão das pessoas idosas e do público LGBT no turismo.
	Intensificar o combate à violação dos direitos de crianças e adolescentes no turismo	a) Intensificar parcerias institucionais com agentes governamentais, organismos internacionais e setor privado para a definição e implementação de agenda conjunta para o combate à violação dos direitos de crianças e adolescentes no turismo; b) Incentivar a adoção de códigos de conduta profissional ou outras práticas responsáveis em conformidade com o Código de Ética Mundial para o Turismo da OMT.
MARKETING E APOIO À COMERCIALIZAÇÃO	Incrementar a promoção nacional e internacional dos destinos e produtos turísticos brasileiros	a) Redefinir os destinos brasileiros prioritários para a promoção nacional e internacional; b) Desenvolver novas ferramentas para armazenamento e divulgação de informações turísticas e mercadológicas dos destinos brasileiros; c) Ampliar a utilização da inteligência de mercado no turismo para fins promocionais; d) Promover projetos de relacionamento com a imprensa;

		e) Incentivar eventos geradores de fluxos turísticos; f) Fortalecer a cooperação na promoção do turismo.
	Definir o posicionamento estratégico do Brasil como produto turístico	a) Elaborar um plano integrado de posicionamento de imagem do Brasil.
	Intensificar ações para facilitação de vistos	Estratégia (intensificar o diálogo com países estratégicos com a finalidade de aumentar a geração de fluxos turísticos).

Fonte: http://turismologia.com.br/2019/02/26/o-plano-nacional-de-turismo-2018-2022-turismologia/.

Desde a criação do primeiro PNT, em 2003, o turismo no Brasil cresceu e se desenvolveu: mais turistas estrangeiros visitam nosso país, foi melhorado consideravelmente a infraestrutura dos destinos, e o Brasil passou a ser o centro das atenções em uma série de megaeventos. E pela primeira vez a questão de segurança pública foi aderida a um PNT, como pode ser observado na linha de atuação Ordenamento Gestão e Monitoramento.

O Plano Nacional de Turismo 2018-2022 é o direcionamento para o país retomar o crescimento e transformar, de uma vez por todas, suas vantagens comparativas em vantagens competitivas, como já dizia Marx Beltrão, ex-Ministro do Turismo. Isso significa que tem que estar atento a tudo o que facilite ou estimule a entrada de estrangeiros e o trânsito dos próprios brasileiros em território nacional. Esse não é apenas um Plano de Turismo, é o Plano do Brasil para o Turismo, elaborado em conjunto com os governos federal, estaduais e municipais, as entidades não governamentais, a iniciativa privada e a sociedade. O que se busca é que o turismo brasileiro seja um vetor para o desenvolvimento do país e que tenha condições de contribuir para impulsionar a economia, gerar emprego, renda e inclusão social.

Nota-se que desde a criação do Ministério do Turismo, em 2003, houve planos, programas e projetos com metas e ações voltadas para a descentralização, para o planejamento estratégico, construção da cidadania e integração social aliado a geração de emprego e renda, buscando diminuir as desigualdades. E que a descentralização gera empoderamento e independência das instâncias, o que contribui para a continuidade das ações do turismo no Brasil.

A seguir veremos a política de turismo de forma descentralizada, agindo em pró do estado de Alagoas.

4. POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO NO ESTADO DE ALAGOAS

Neste capítulo, analisa-se o estado de Alagoas, faz-se um recorte espacial e contextual do econômico, social e ambiental deste estudo. A fim de introduzir uma contextualização do estado, empreende-se uma breve caracterização dos seus aspectos físico-naturais, histórico-culturais e socioeconômicos. Além de mencionar os potenciais turísticos existentes na região e dar ênfase à importância das políticas públicas.

4.1 Caracterização do Estado de Alagoas

A história de Alagoas está ligada ao processo de colonização brasileira, isso porque o estado era pertencente ao território de Pernambuco, uma das capitanias que prosperaram. Alagoas é o segundo menor estado do Brasil - perdendo apenas para o estado de Sergipe, possui 102 municípios independentes e reconhecidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); faz fronteira com o Oceano Atlântico à Leste, Sergipe ao Sul, Pernambuco ao Norte e Oeste, e à Bahia à Sudoeste. Sua área territorial é de 27.830,656 km² (IBGE, 2020), e sua população é de 3.365.351 habitantes (estimativa IBGE, 2021)**.** A cidade de Maceió, capital do estado, é a que apresenta maior índice populacional, com um total de 1.025.560 habitantes (estimativa IBGE, 2020), concentrando quase 30% da população alagoana.

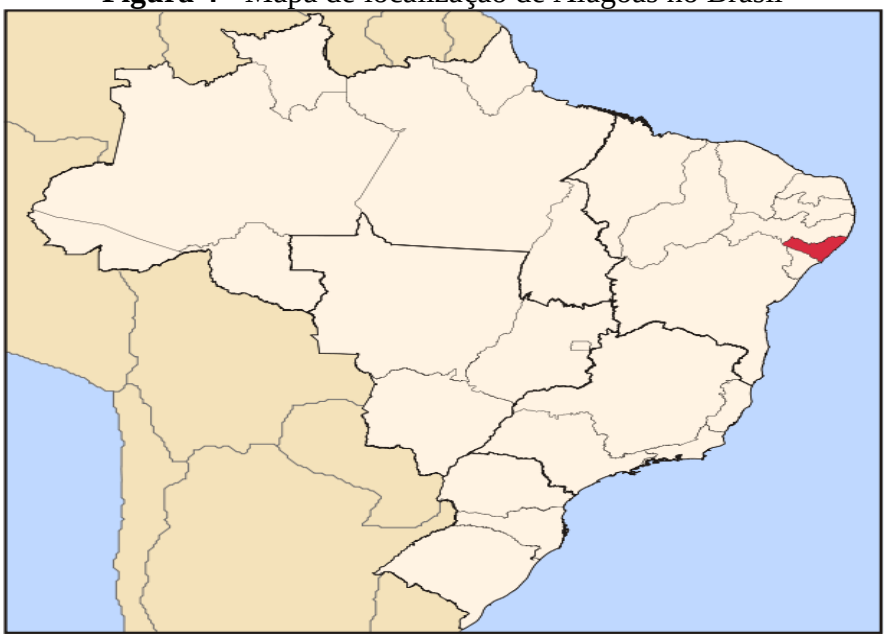
Localizado na região Nordeste, Alagoas (AL) tem um litoral recortado, rico em belezas naturais, com muitas áreas de mangue e lagoas; tendo um potencial de beleza também na área do sertão, onde predomina o rio São Francisco e o turismo histórico-cultural. A Rodovia BR-101 acompanha toda a costa, desde a foz do rio São Francisco, na divisa sul com Sergipe, até o Norte, em direção ao estado de Pernambuco.

Figura 3 - Mapa rodoviário de Alagoas

Fonte:

A seguir, a Figura 4 mostra a localização do estado alagoano no mapa do Brasil.

Figura 4 - Mapa de localização de Alagoas no Brasil



Fonte: Mapasblog

O estado se divide entre três das quatro sub-regiões do Nordeste, sendo elas: o Sertão, o Agreste e a Zona da Mata, de oeste a leste nessa mesma sequência. Há predominância de dois tipos climáticos em Alagoas: o primeiro é o semiárido, que abrange todo o oeste do estado (sertão) - caracterizado pelos baixos índices de umidade do ar atrelados às elevadas temperaturas e longos períodos de estiagem; o segundo clima é o tropical úmido, que prevalece nas terras situadas a leste, apresenta chuvas mais abundantes e maior umidade do ar.

Partindo para a divisão geográfica, o território alagoano é dividido pelo IBGE em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias. Sendo assim, os 102 municípios do estado são agrupados em 11 regiões imediatas (são as cidades polos dentro de uma intermediária), as quais se dividem em duas regiões intermediárias (são as duas principais cidades do estado) da seguinte forma:

Quadro 10 - Divisão das regiões intermediárias de Alagoas: Maceió e Arapiraca

	Região Intermediária	
	Maceió (leste do estado):	**Arapiraca (centro e oeste do estado):**

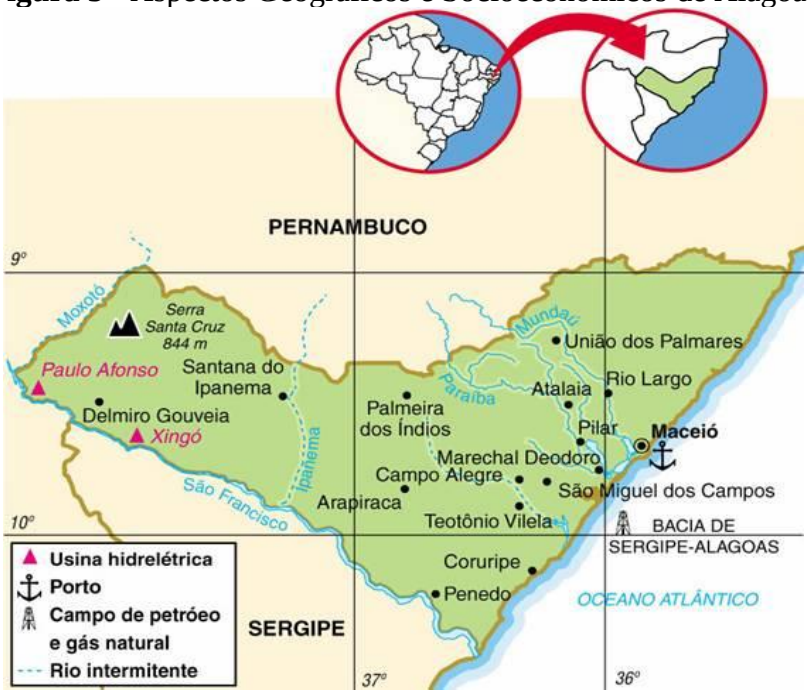
Cidades polo	Ponto Calvo – São Luís do Quitunde; Maceió; São Miguel dos Campos; Penedo; União dos Palmares; Atalaia.	Arapiraca; Palmeira dos Índios; Delmiro Gouveia; Santana do Ipanema; Pão de Açúcar – Olho d'Água das Flores – Batalha

Fonte: IBGE, 2020

Em relação à Economia, Alagoas ocupa a 21ª posição no ranking do Produto Interno Bruto (PIB) dos estados brasileiros. Ele compõe todos os setores da economia, mas destaca-se como sendo o mais forte no setor de serviços e comércio (setor terciário), seguido pelo setor agropecuário e o industrial.

O setor de serviços e comércio engloba a administração pública, construção civil e o turismo; na agropecuária alguns destaques são a produção de cana-de-açúcar, fumo, mandioca, banana; A indústria é representada pela indústria extrativista e indústria de transformação.

Figura 5 - Aspectos Geográficos e Socioeconômicos de Alagoas



Fonte: https://www.megatimes.com.br/2011/11/alagoas-aspectos-geograficos-e-sociais.html

O estado de Alagoas dispõe de uma rica cultura**,** e, dentre as formas de manifestação cultural mais populares no estado estão os trabalhos manuais, como os bordados; e o artesanato realizado com matérias-primas, como fibra de bananeira, palha, cascas de coco, madeira e outros.

A gastronomia alagoana possui uma grande variedade de preparos, muitos levam em

sua receita os frutos do mar, inclusive um dos pratos típicos de Alagoas é o sururu de capote.

O turismo é a atividade econômica que mais vem crescendo em Alagoas, além das belas praias e paisagens naturais que são grandes atrativos turísticos (como é o caso de Maragogi), Alagoas possui lugares históricos tombados como patrimônio cultural do Brasil**.** Um deles é a Serra da Barriga, foi lá que se estabeleceu a sede do Quilombo dos Palmares, entre o final do século XVI e século XVII, considerado o maior quilombo do país e da América Latina.

Dos 102 municípios do estado, 50 são considerados turísticos; estes estão divididos em sete regiões turísticas, são elas: Costa dos Corais (Litoral Norte), Lagoas e Mares do Sul (Litoral Sul), Caminhos do São Francisco (Alto e Baixo São Francisco), Grande Maceió (Região Metropolitana), Agreste, Quilombo e Caatinga (Alto Sertão). As cidades são reconhecidas pelo governo do Estado, por meio da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo (Sedetur), e para ampliar mais o desenvolver turístico desenvolveu projetos como “Costa Dourada” - litoral norte, e “Paraíso das Águas” - litoral sul.

Esse corredor turístico denominado de “Costa Dourada”, é conhecido por seus recifes de corais, vai de Maceió até Maragogi, na divisa com o estado de Pernambuco. Ao beneficiar-se do Projeto de Desenvolvimento Turístico – PRODETUR/AL, contará com toda a infraestrutura básica para o incremento da atividade turística, beneficiando os nove municípios desta região: Paripueira, Barra de Santo Antonio, São Luiz do Quitunde, Passo de Camaragibe, São Miguel dos Milagres, Porto de Pedras, Porto Calvo, Japaratinga e Maragogi. Já o “Paraíso das Águas”, destaca-se pela beleza de suas lagoas, falésias, dunas e deltas de rios que desaguam no Atlântico, e os municípios contemplados são: Marechal Deodoro, Barra de São Miguel, Roteiro, Jequiá da Praia, Coruripe, Feliz Deserto e Piaçabuçu. Esses municípios têm potencial turístico diversificado e oferece aos visitantes um variado leque de opções.

4.2 Potencialidades Turísticas do Estado de Alagoas

Alagoas é o estado do Nordeste que mais cresce no segmento de turismo, especialmente no turismo das águas. A região litorânea do estado é formada por belíssimas praias com águas em tons de azul, devido a essa riqueza natural é considerada como o caribe brasileiro. Apesar das suas belíssimas paisagens naturais, se destaca, também, devido aos seus monumentos, cidades históricas e as demais manifestações culturais, tornando esse setor predominante em diversos municípios. Segundo o Ministério do Turismo (2019), a inclusão

das 50 cidades no mapa do turismo evidencia o potencial turístico do estado de Alagoas no segmento, não só da região litorânea, como também, do interior do Estado, desenvolvendo o potencial turístico desses municípios. Segundo o Novo Mapa do Turismo (2019) os principais polos turísticos do Estado de Alagoas são os municípios abaixo:

- Costa dos Corais (Litoral Norte): Barra de Santo Antônio, Japaratinga, Maragogi, Paripueira, Porto Calvo, Passo de Camaragibe, Porto de Pedras, São Miguel dos Milagres;
- Lagoas e Mares do Sul (Litoral Sul): Barra de São Miguel, Pilar, Coqueiro Seco, Coruripe, Feliz Deserto, Jequiá da Praia, Marechal Deodoro e Roteiro;
- Caminhos do São Francisco (Alto e Baixo São Francisco): Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho D'Água do Casado, Pão de Açúcar, Piranhas, Porto Real do Colégio, Penedo e Piaçabuçu, São Brás e Traipu;
- Agreste: Palmeira dos Índios, Junqueiro, Arapiraca, São Sebastião, Campo Alegre, Boca da Mata e Lagoa da Canoa;
- Caatinga (Alto Sertão): Major Isidoro, Maravilha, Mata Grande, Olho D'Água das Flores, Poço das Trincheiras, Senador Rui Palmeira, Santana do Ipanema e São José da Tapera;
- Quilombos (Alto Sertão): Ibateguara, Mar Vermelho, Paulo Jacinto, Quebrangulo, São José da Laje e União dos Palmares, Viçosa;
- Grande Maceió (Região Metropolitana): Maceió e Rio Largo.

Vale destacar que Alagoas não predomina apenas de turismo "Sol e Mar", e dar ênfase aos municípios da região do Sertão, que tem um enorme potencial em diversos segmentos do turismo: de aventura, artístico, rural, cultural e histórico. Um destino turístico repleto de possibilidades interessantes e direcionadas a diversificados nichos de mercado.

Na música, dois nomes possuem destaque nacional: Djavan e Mano Walter. Um no estilo mais clássico, com a MPB; e o outro num estilo mais popular, com o ritmo do forró.

Na culinária alagoana, os destaques ficam por conta dos frutos do mar. O sururu, um molusco típico, acompanhado com pirão é um prato tradicional alagoano. Destacam-se também cuscuz de camarão, moqueca de peixe, ensopado, camarão frito, casquinha de siri e caldeirada de frutos do mar.

Figura 6 - Mapa turístico do estado de Alagoas

Fonte: https://mapasblog.blogspot.com/2011/11/mapas-de-alagoas.html

4.2.1 Maceió

Maceió, uma das cidades mais visitadas da Região Nordeste. Um dos principais atrativos é a sua rica culinária baseada de frutos do mar. O prato típico do litoral é o sururu, uma espécie de marisco. Porém, os maiores atrativos são as praias da região. Há o bairro chamado de “Pontal da Barra” que oferece os mais variados tipos de renda - um dos mais conhecidos produtos de artesanato da capital.

Figura 7- Farol da Praia de Ponta Verde, na Orla principal de Maceió

Fonte: Wesley Menegari/Semptur

A seguir, é possível visualizar um dos pratos tradicionais servidos na orla de Maceió:

sururu. O prato é feito com fruto marinho vindo do comércio de produção local.

Figura 8 - Sururu, prato típico da região

Fonte: https://v.i.uol.com.br/album/guia/maceio_f_037.jpg

4.2.2 Maragogi

Maragogi é a cidade apelidada de Caribe Brasileiro. Localizada na Costa dos Corais, o destino atrai pelas águas cristalinas e pela sequência extensa de areia branca e fofa. A ostentação de beleza, entretanto, deve-se às Galés de Maragogi: uma imensa piscina natural em meio ao oceano, formada por corais.

Figura 9 - Piscinas Naturais Maragogi

Fonte: https://th.bing.com/th/id/OIP.EnC3bmvyQDluPdkVSyaH7AHaHa?pid=ImgDet&rs=1

4.2.3 Marechal Deodoro

Denominada de Marechal Deodoro, em homenagem ao Marechal Deodoro da Fonseca, alagoano que foi o primeiro presidente da república do Brasil, foi considerada pelo Ministério da Cultura como Patrimônio Histórico Nacional, em virtude do seu passado e de ter sido berço do Marechal Deodoro da Fonseca, proclamador da República Brasileira. Preserva vestígios das várias fases desse passado. No seu cenário histórico, no centro de Marechal Deodoro dispersam-se casas coloniais, igrejas barrocas e prédios em estilo neoclássico; no seu cenário natural foi presenteada pela natureza com a belíssima praia do Francês, cujo nome evoca os invasores dos primeiros tempos da colonização. Localizada no polo cultural “Lagoas e Mares Sul”.

Figura 10 - Centro Histórico de Marechal Deodoro

Fonte: https://viagemeturismo.abril.com.br/wp-content/uploads/2016/12/marechal-deodoro.jpg?quality=70&strip=info&w=922

A figura a seguir mostra uma das praias mais famosas de Alagoas, assim como do Nordeste, a praia do Francês.

Figura 11 - Praia do Francês

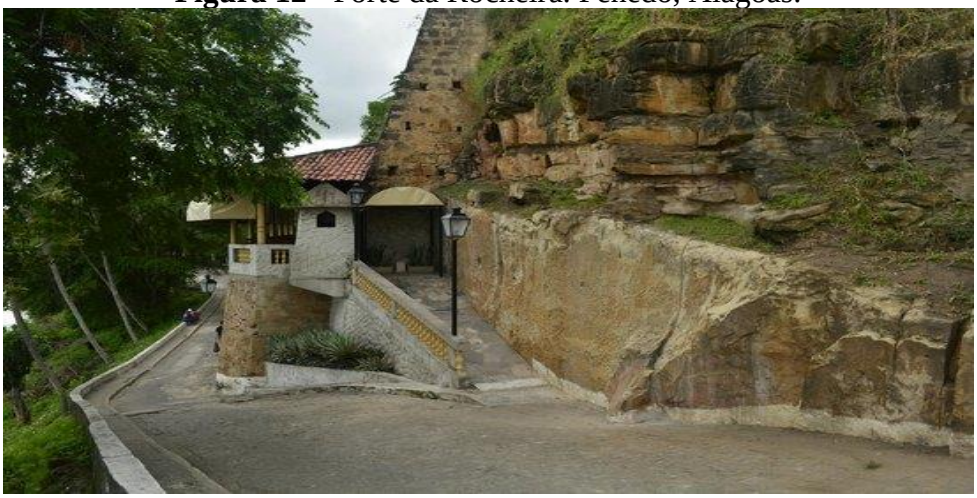
Fonte: https://vaidarzebra.com/wp-content/uploads/2019/09/WhatsApp-Image-2019-09-03-at-14.30.36-640x350.jpeg

4.2.4 Penedo

Fundada no século XVI, às margens do Rio São Francisco, foi o primeiro povoado de Alagoas. É considerada o berço da cultura alagoana.

O Centro Histórico guarda um significativo conjunto arquitetônico – museus e igrejas dos séculos XVII e XVIII. Uma das grandes atrações é o passeio de barco até a foz do Velho Chico e tem como festividade a festa do Bom Jesus dos Navegantes.

Figura 12 - Forte da Rocheira. Penedo, Alagoas.



Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g1235342-d2407985-i92122766-Forte_da_Rocheira-Penedo_State_of_Alagoas.html

A figura a seguir mostra o registro de um dos eventos culturais mais significativos

para os alagoanos que residem às margens das abundantes fontes de água de Alagoas, seja pelo Oceano Atlântico, no litoral, ou às margens do Rio São Francisco, a procissão naval do Bom Jesus dos Navegantes

Figura 13 - Procissão terrestre e fluvial do Bom Jesus dos Navegantes

Fonte: https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/festa-de-bom-jesus-dos-navegantes-em-penedo-tem-inicio-neste-domingo.ghtml

4.2.5 Piranhas

Localizada no polo turístico “Caminhos do São Francisco”, no sertão de Alagoas. Além das belezas naturais a cidade é composta por um sítio histórico e paisagístico bem rico que foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 2004. O tombamento é devido aos seus valores históricos, arquitetônicos e culturais, por ser a região representante da ocupação e conquista do Estado, no início do século XVIII, e da integração social e comercial da Região Nordeste. Foi a primeira cidade do semiárido a ser tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). A sua história é marcada pelo cangaço – foi em Piranhas que a cabeça de Lampião ficou exposta depois que ele foi morto na Grota do Angico – possui cânions, trilhas para o ecoturismo, cultura, e muitas opções de lazer e turismo.

Atualmente, o desenvolvimento da cidade é oriundo da atividade turística. Piranhas é o terceiro destino turístico mais procurado do Estado de Alagoas, seu fluxo de turistas é inferior apenas a Maceió e Maragogi. Dispondo de inúmeros atrativos turísticos, Piranhas oferece do Ecoturismo, Turismo Histórico-Cultural e Turismo de Aventura.

Figura 14 - Centro Histórico de Piranhas, Alagoas

Fonte: https://www.estadosecapitaisdobrasil.com/wp-content/uploads/2014/10/piranhas-alagoas.jpg

A seguir, registro de imagem da vista superior da cidade onde pode-se observar o Rio São Francisco.

Figura 15 - Mirante em Piranhas

Fonte: https://img.7segundos.com.br/nLQ2lrqrDn31Pxkn19EHDNgeUe8=/1110x650/smart/s3.7segundos.com.br/uploads/imagens/116897-olho_dagua_do_casado_jpeg.jpeg

4.2.6 Delmiro Gouveia

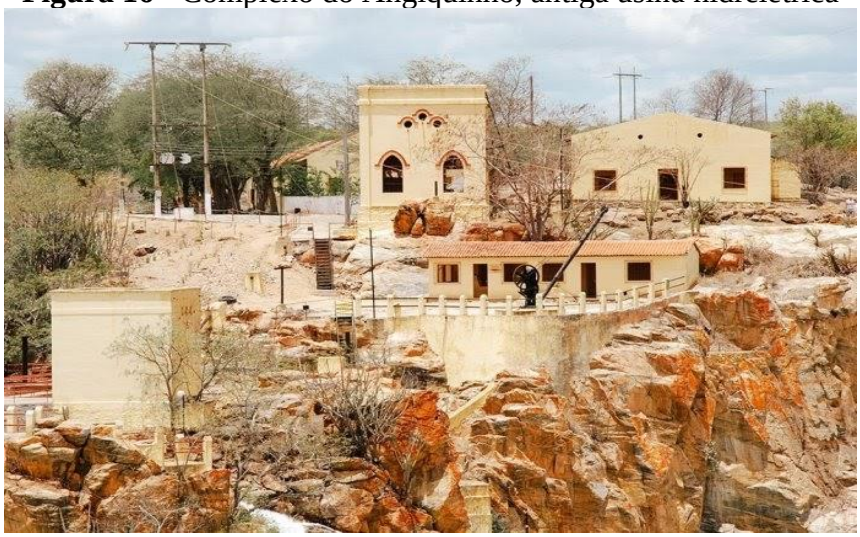
Delmiro Gouveia foi um industrial brasileiro, pioneiro na instalação de uma fábrica nacional independente, no Nordeste brasileiro. A Fábrica de Linhas Estrela era um modelo para a época. Criou a Vila operária chamada “Pedra”, onde originou a atual cidade. Além disso, explorou o potencial energético da Cachoeira de Paulo Afonso – BA, e em 1913, inaugurou “Angiquinho” que foi a primeira usina hidrelétrica do Nordeste e está localizada à

margem alagoana da Cachoeira de Paulo Afonso. A hidrelétrica tinha como objetivo fornecer energia elétrica a uma grande indústria têxtil localizada na cidade de Pedra, hoje Delmiro Gouveia.

A principal atração do município é sua própria história, que pode ser pesquisada no Museu Delmiro Gouveia, e como beleza natural, a cidade ostenta parte do cânion do São Francisco.

Conhecer o Velho Chico de perto é uma das principais atrações ecológicas da região, que oferece passeios de catamarã pelo caminho do rio, que é um dos maiores do País, rodeado pelos paredões dos Cânions.

Figura 16 - Complexo do Angiquinho, antiga usina hidrelétrica



Fonte: https://www.bristolhoteis.com.br/wp-content/uploads/2020/10/Usina-Hidreletrica-Angiquinho.jpg

A Figura 17 mostra uma das imagens mais icônicas do Rio São Francisco, os paredões dos cânions, revelando a grandiosidade de sua formação geológica.

Figura 17 - Cânions do São Francisco

Fonte: https://hotelportodapraia.nyc3.digitaloceanspaces.com/2020/02/CaminhosdoSoFranciscoKaioFragoso.jpg

4.3 As Políticas Públicas

Tendo em vista a importância crescente que a atividade turística vem assumindo no estado de Alagoas, e com toda a potencialidade existente, as políticas públicas de turismo foram ganhando relevância em todas as esferas governamentais.

Foi elaborado, em 1997, o primeiro Plano Estadual de Turismo (PET), com base no Planejamento Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo no Estado de Alagoas, documento esse elaborado pelo setor público e pelo *trade* turístico alagoano juntamente com o Sebrae-Al, que resultou na proposição de nove Zonas de Interesse Turístico (ZITs) para o estado.

Nas ZITs foram contemplados todos os 102 municípios alagoanos. Entretanto, Martins (2002, p. 921),

> [...] nem todos os municípios enquadrados nas ZITs estão classificados como "turísticos" ou como "potencial turístico". A inclusão de todos os municípios do Estado faz parte de uma estratégia para criação de rotas turísticas que envolvem municipalização das ações, marketing institucional, melhoria e desenvolvimento de novos produtos, estudos, pesquisas e promoção.

De acordo com o PNMT, são considerados municípios turísticos aqueles municípios que já atuam no setor, municípios com potencialidades turísticas - aqueles que possuem atrativos, podendo assim desenvolver o turismo. E municípios de apoio aqueles municípios que não possuem necessariamente vocação turística, mas por estarem próximos ou em locais estratégicos de corredores turísticos, exercem influência numa extensa área, onde se situam os

atrativos.

O primeiro Plano Estadual de Turismo de Alagoas, foi influenciado pelas diretrizes constantes da política federal de turismo. Porém, em busca de atender às exigências do PNMT, o estado de Alagoas incluía qualquer município nas ZITs, sem ao menos verificar as reais condições de atendimento à atividade turística por parte de cada município.

Com a evolução das discussões em torno das políticas públicas de turismo do estado de Alagoas, em 1999 o PET passou por uma reformulação, tendo havido uma modificação estratégica da sua nomenclatura, passando as ZITs a serem denominadas de Regiões de Interesse Turístico (RITs). Buscou-se estabelecer rotas temáticas, de maneira que possibilitassem otimizar o desenvolvimento do turismo no estado de forma integrada (Plano Estadual de Turismo, 2004).

Com intuito de fortalecer as políticas públicas de turismo, foi criada a Secretaria de Estado do Turismo e Esportes (SETURES) através da Lei nº 6.145, de 13 de janeiro de 2000, que dispõe sobre as diretrizes básicas para a reforma e organização do Poder Executivo do Estado de Alagoas. Posteriormente, a SETURES foi alterada, passando a ser chamada de Secretaria Executiva de Turismo (SETUR), através da lei delegada de nº 01, de 08 de janeiro de 2003.

Em abril de 2003, foi criada a lei delegada de Nº 25, que dispõe sobre a estrutura (cargos e atribuições) da SETUR, que tem por finalidade auxiliar o Governador na formulação, coordenação e execução das políticas públicas relativas ao desenvolvimento integrado do turismo no estado de Alagoas.

Em 31 de julho de 2007, através da lei delegada nº 43, de 28 de junho de 2007, houve nova alteração na nomenclatura da secretaria, que passou a ser chamada de Secretaria de Estado de Turismo (SETUR). Atualmente, depois de mais uma modificação, a secretaria é chamada de Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo do Estado de Alagoas (SEDETUR).

Conforme orientação do MTur, em 2004 o estado criou o Fórum Estadual de Turismo (Foretur/AL), com a missão de promover discussões, debates e propor soluções relacionadas ao desenvolvimento do turismo no estado de Alagoas. As reuniões do Foretur eram bimestrais, no período em que o Governador do estado Ronaldo Lessa (1999 – 2006), elegeu a atividade turística como uma de suas prioridades dentre as políticas setoriais do seu governo.

O Fórum tem na sua estrutura oito câmaras temáticas que dão apoio na análise e elaboração de pareceres sobre assuntos específicos que forem identificados como necessários. Além disso, o Foretur propõe normas, regulamentos e soluções para o melhor funcionamento

do setor. Com o governo de Teotônio Vilela Filho (2007-2010), o Foretur/AL, que é presidido pelo Secretário Estadual de Turismo, perdeu um pouco da sua força potencial, pois não há registros de funcionamento das suas câmaras temáticas, além de ter havido uma redução na frequência das reuniões e na participação dos conselheiros.

Em 2004, o governo do estado, afirmando ter como um dos seus objetivos prioritários consolidar Alagoas como destino turístico regional, nacional e internacional, atualizou o Plano Estadual de Turismo que havia sido reformulado em 1999. Tomou-se como parâmetro para tal atualização o PNT lançado em 2003, cuja diretriz política elege a escala regional como estratégia para o desenvolvimento da atividade turística. Desta forma percebe-se que Alagoas foi desenvolvendo as políticas públicas regionais de acordo com as políticas públicas de turismo nacionais.

Com base no planejamento estratégico para o desenvolvimento do turismo em Alagoas, foram realizadas oficinas de trabalho com o corpo técnico da SETUR e com o Foretur/AL. Tinham-se como metas redirecionar e adequar o PET de Alagoas. Os trabalhos resultaram no PET 2005-2015, cuja política ancora-se nos princípios da gestão compartilhada e descentralizada, objetivando a diversificação da oferta turística, a segmentação, o marketing institucional e a dinamização da economia.

O PET de Alagoas (2005-2015) estrutura-se em seis macro-programas e desdobra-se em 17 programas que estabelecem as bases para o desenvolvimento de projetos relevantes para fortalecer institucionalmente o turismo no estado de Alagoas (Quadro).

Quadro 11 - Estrutura do PET Alagoas

MACRO-PROGRAMAS	PROGRAMAS
Macro – Programa 1: Gestão e Relações Institucionais	- Programa de avaliação e monitoramento dos planos estadual e regionais de turismo; - Programa de acompanhamento dos fóruns estadual e regionais.
Macro - Programa 2: Fomento e Desenvolvimento Turístico	- Programa de captação de recursos e investimentos; - Programa de incentivos para o turismo.
Macro - Programa 3: Estruturação e Diversificação da Oferta Turística	- Programa de regionalização do turismo; - Programa de segmentação do turismo; - Programa de infraestrutura.
Macro - Programa 4: Qualidade dos Produtos e Serviços Turísticos	- Programa de qualificação de equipamentos e serviços turísticos; - Programa de normatização da atividade turística; - Programa de conscientização e capacitação turística.
Macro - Programa 5: Marketing Turístico	- Programa de captação, organização, divulgação e apoio a eventos; - Programa de promoção, divulgação e comercialização do produto Alagoas; - Programa de comunicação institucional.

Macro - Programa 6: Estudos e Dados Turísticos	- Programa de banco de dados; - Programa de pesquisa turística; - Programa de indicadores turísticos; - Programa de contas satélites.

Fonte: ALAGOAS. Plano Estadual de Turismo de Alagoas. 2004.

Nesse sentido de organizar o estado em RITs, está o interesse do governo estadual em criar mais espaços, organizar o turismo fazendo com que ele permeie por todas as áreas do estado, para se ter mais possibilidades do turista que aqui venha, permaneça, e que ele possa desfrutar e conhecer Alagoas em todas as suas realidades. Baseado no Programa de Regionalização do Ministério de Turismo (BRASIL, 2007), onde é percebido que,

> Regionalizar não é apenas o ato de agrupar municípios com relativa proximidade e similaridades. É construir um ambiente democrático, harmônico e participativo entre poder público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade. É promover a integração e cooperação intersetorial, com vistas à sinergia na atuação conjunta entre todos os envolvidos direta e indiretamente na atividade turística de uma determinada localidade.

Além da reformulação do Plano Estadual de Turismo, o governo do estado fortaleceu a roteirização, a segmentação e a comercialização dos produtos.

Existe também o Projeto de Fortalecimento do Planejamento e da Gestão de Políticas Públicas do Estado de Alagoas (PROGEAL). Trata-se de uma iniciativa do governo estadual que busca implantar em Alagoas inovações no processo de planejamento e gestão e modernizar a administração pública. Esta iniciativa conta com o apoio institucional do Banco Internacional de Desenvolvimento (BID).

Em 22 de dezembro de 2004, foi aprovada a Agenda Estratégica Governamental através do PROGEAL, identificando os programas prioritários do Plano Plurianual 2005-2007. Dentre as metas implementadas deste programa encontra-se o turismo sustentável, que tem como objetivo consolidar o turismo dentro de suas segmentações de forma integrada, fortalecendo-o como atividade geradora de trabalho, emprego e renda. Constam do Plano Plurianual o apoio à municipalização do turismo e a implementação do Prodetur - NE II, no Polo Costa dos Corais com a realização do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (Pdits).

Veremos agora algumas políticas e programas que proporcionaram o desenvolvimento do turismo em alagoas a partir da criação do ministério do turismo.

4.3.1 O Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil

Foi lançado pelo Ministério do Turismo no ano de 2004 e a adesão a esse programa, propiciou a divisão das cinco regiões turísticas do Estado de Alagoas: Metropolitana; Costa dos Corais; Caminhos do São Francisco; Lagoas e Mares do Sul e Quilombolas. Observa-se aqui que com essa adesão, o Estado poderá trabalhar melhor a atividade do turismo a partir da divisão dessas regiões, pois poderá planejar ações voltadas para atender as necessidades levando em consideração as peculiaridades de cada região.

Esse programa, segundo Gomes (2015 p.109) "lista os critérios de classificação turística para municípios que pretendem se adequar as normas cada vez mais exigentes do Ministério do Turismo". Esse programa consiste em um desdobramento do Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) implantado pela Embratur. O Ministério do Turismo escolheu dois municípios como destinos indutores: Maceió e Maragogi (GOMES, 2015).

4.3.2 Programa de Arranjos Produtivos Locais de Alagoas (PAPL)

Em 2004, Alagoas implantou o Programa de Arranjos Produtivos Locais – PAPL, como parte da estratégia de desenvolvimento traçada pelo estado. O programa, que integra o Plano Plurianual 2005-2007, faz parte do Eixo Estrutural da Promoção do Desenvolvimento Sustentável e busca, por meio de uma política indutora de investimentos no setor privado, "mobilizar ações coletivas e integradas para gerar renda e emprego direcionado para a promoção do desenvolvimento dos micros e pequenos negócios" (ALAGOAS, 2004, p. 4).

Fruto da Política de Arranjos Produtivos Locais no Estado de Alagoas, implantada no início dos anos 2000, esse programa não foi direcionado apenas para o turismo. Ele é coordenado pela Sedetur e pelo Sebrae tendo como objetivo apoiar os aglomerados produtivos, objetivando o desenvolvimento socioeconômico das regiões onde existem esses aglomerados. O PAPL foi concebido em três etapas a partir de novembro de 2003. A primeira consistiu em um levantamento para a identificação, seleção e definição dos Arranjos e Territórios Locais prioritários. Na segunda etapa foi elaborado o desenho político-institucional do PAPL, correspondente à formação de pactos entre o governo do estado, o Sebrae-AL e diversas instituições parceiras para prestação de serviços de desenvolvimento dos arranjos. Na terceira etapa foram organizados os trabalhos de elaboração dos planos e a negociação das respectivas ações, com a subsequente consolidação junto às comunidades empresariais. A quarta etapa foi a contratualização dos parceiros e, finalmente, foram estabelecidos os mecanismos de acompanhamento e implantação das ações de cada arranjo (LUSTOSA; ROSÁRIO, 2011).

Em relação aos APLs de turismo, o Governo do Estado juntamente com o SEBRAE/AL está trabalhando com três arranjos produtivos no segmento do turismo: APL Costa dos Corais, APL Lagoas e Mares do Sul e APL Caminhos do São Francisco.

O APL Lagoas e Mares do Sul foram denominados inicialmente de APL de Turismo Região das Lagoas, composto pelos municípios de Marechal Deodoro, Barra de São Miguel e o bairro do Pontal da Barra, no município de Maceió, Coqueiro Seco, Santa Luzia do Norte e Pilar. No ano de 2008 foram incluídos mais quatro municípios do Litoral Sul e a partir disso, o APL passa a ser denominado de Lagoas e Mares do Sul (LUSTOSA; ROSÁRIO, 2015).

O APL Caminhos do São Francisco só foi institucionalizado em 2008, e é composto por doze munícipios, abrangendo um extenso território. É composto pelos seguintes municípios: Piaçabuçu, Penedo, Igreja Nova, Porto Real do Colégio, São Brás, Traipu, Belo Monte, Pão de Açúcar, Piranhas, Olho D´Água do Casado, Delmiro Gouveia e Água Branca.

4.3.3 Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDTIS)

Desenvolvido pelo Ministério do Turismo e pela antiga Secretaria de Estado de Turismo de Alagoas atual Sedetur. Para a elaboração do PDTIS considerou-se as seguintes etapas: 1. Formulação de Objetivos, 2. Diagnóstico Estratégico da Área e das Atividades Turísticas, 3. Validação da Seleção da Área Turística, 4. Formulação de Estratégias, 5. Plano de ação: Seleção de Procedimentos, Ações e Projetos, 6. Definição de Mecanismos de Feedback: Acompanhamento e Avaliação do PDITS (BRASIL, 2012).

O PDITS foi desenvolvido nos polos Lagoas e Mares do Sul composto por nove municípios: Pilar, Santa Luzia do Norte, Coqueiro Seco, Marechal Deodoro, Barra de São Miguel, Roteiro, Jequiá da Praia, Coruripe e Feliz Deserto e no Polo Costa Dourada composto por 10 municípios e capital. A orientação do crescimento do turismo com bases sustentáveis no curto médio e longo prazo é um de seus objetivos (BRASIL, 2012).

4.3.4 Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco

A região do Baixo São Francisco Alagoano é composta por doze municípios: Água Branca, Belo Monte, Delmiro Gouveia, Igreja Nova, Olho d’água do Casado, Pão de Açúcar, Penedo, Piaçabuçu, Piranhas, Porto Real do Colégio, São Brás e Traipu.

Os responsáveis pelo projeto foram as Secretarias de Estado de Planejamento e do Desenvolvimento Econômico (Seplande) e do Turismo (Setur), do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) através do Fundo Multilateral de Investimentos (Fumin), da Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento (AECID) e do Instituto Ambiental Brasil Sustentável (IABS), contando com os atores locais, com o objetivo de promover o desenvolvimento sustentável na região. O projeto visa a promoção de ações no Baixo Rio São Francisco, a fim de incentivar o desenvolvimento do turismo sustentável como ferramenta de desenvolvimento socioeconômico das populações de baixa renda da região (MATTEO *et al.*, 2013). Dentre as atividades desenvolvidas, destaca-se o Zoneamento Turístico do Baixo São Francisco, que "contempla aspectos econômicos, ambientais, sociais, culturais e jurídico institucionais, a fim de conduzir uma relação sustentável entre a sociedade e o ambiente natural" (MATEO *et al.*, 2013).

4.3.5 Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo 2013-2023

No estado de Alagoas pode-se citar como marco referencial de um planejamento estratégico e participativo o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo (2013-2023), que visa descentralizar as ações voltadas ao desenvolvimento turístico. O plano propõe as seguintes ações: assegurar a participação aos atores em todas as fases – análise situacional, planejar e definir as prioridades, executar, acompanhar e avaliar as ações; garantir a representatividade social, respeitando e expressando a cultura local e valorizar a organização social; orientar para a construção de um plano coletivo e preparar as localidades para os desafios modernos (ALAGOAS, 2013).

O início das discussões para construção do plano teve início em 2011. A construção aconteceu de modo participativo, sendo coordenada pela antiga Secretaria de Estado do Turismo, considerava-se que seria: "[...] a base para a elaboração de projetos, propostas de captação de recursos, informes e planos de ação dos segmentos específicos do turismo no Estado" (PLANO ... 2013).

Esse plano estratégico tem o seguinte papel para fomentar a atividade turística no Estado:

> 1 Lançar desafios e orientações, através de programas, projetos e ações; 2 Favorecer o exercício das funções básicas da administração (planejamento e gestão), de forma a propiciar a construção de compromissos comuns na rede de gestão de turismo do Estado, para que as fases que constituem o ciclo de planejamento sejam exercitadas; 3 Contribuir durante o processo de sua implementação, para que a rede de gestão do

> setor de turismo do Estado de Alagoas promova efetivamente o exercício da integração das diversas políticas, programas e iniciativas, no âmbito dos governos federal, estadual e municipais (PLANO... 2013).

Para a construção desse plano de desenvolvimento turístico, foi constituída uma comissão de gestores e técnicos da Secretaria de Estado de Turismo, Fórum Estadual de Turismo, lideranças regionais, acadêmicos e técnicos convidados. Esse processo demonstra que o turismo no Estado de Alagoas vem passando por mudanças positivas, principalmente pela preservação do patrimônio cultural e com um planejamento participativo, trazendo benefícios econômicos enormes para a economia das regiões que têm o turismo como uma das principais atividades econômicas.

O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo (2013-2023)foi o pontapé inicial para promover uma mudança cultural. Nosso país não possui a cultura de planejamento e toda e qualquer mudança sofre resistências por parte das pessoas, pois elas possuem um certo bloqueio pelo novo. A questão de se elaborar um planejamento estratégico participativo é de fundamental importância para se chegar a um denominador comum, pois integrando as partes envolvidas nesta elaboração, se torna possível a obtenção de resultados positivos. As políticas públicas são de extrema importância para que se mantenha uma relação harmoniosa entre o poder público e a sociedade. Um dos principais obstáculos é a descontinuidade dos planos estratégicos e isso provoca resistência e descrença por parte das pessoas e, principalmente, o desperdício de recursos humanos e materiais.

4.3.6 Plano Aquarela

Foi uma ação do governo federal, criado pela Embratur com o objetivo de promover o marketing turístico internacional do Brasil, tendo início em 2005. Nas pesquisas bibliográficas realizadas não foi encontrada a forma de atuação do Estado de Alagoas no Plano Aquarela, nem possíveis dados e/ou resultados para o Estado, mas não se pode negar a importância desse Plano para o Brasil. Vale salientar aqui que houve uma publicação da Embratur intitulada “Plano Aquarela 2020: Marketing Turístico Internacional do Brasil”, que apresenta os seguintes objetivos: “Contribuir para o sucesso da Copa do Mundo e dos Jogos Olímpicos. Maximizar os resultados para o turismo brasileiro. Otimizar a exposição mundial do país para torná-lo mais conhecido” (BRASIL, 2009, p. 13).

O Plano Aquarela recente, de 2020, foi concebido para atender aos seguintes objetivos para o turismo internacional no Brasil: Aprimorar e ter resultados de longo prazo no trabalho

de promoção turística internacional do Brasil; Envolver os setores público e privado do turismo nacional numa estratégia unificada do país para o exterior para melhor aproveitar as oportunidades do futuro; Promover o Brasil como destino turístico global de forma profissional, com base em estudos, pesquisas e metas de resultados além de 2014 e 2016; Aproveitar a realização dos grandes eventos esportivos mundiais para fazer o Brasil mais conhecido pelo mundo como destino turístico.

4.3.7 Plano de Desenvolvimento Estadual de Alagoas

Publicado em 2017 foi desenvolvido em parceria com o Instituto Interamericano de Cooperação para o Desenvolvimento da Agricultura-IICA, Secretaria de Estado e Desenvolvimento Econômico e Turismo-Sedetur/Al, Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste (Sudene) e o Ministério da Integração Nacional, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Regional (SDR-MI).

O objetivo do Plano, em consonância com as diretrizes da Política Nacional de Desenvolvimento Regional -PNDR, é apoiar a redução das desigualdades sociais e regionais e ativar os potenciais de desenvolvimento no estado de Alagoas. Para isso, pretende estimular uma rede dinâmica de cidades e territórios capazes de integrar suas características culturais, sociais, econômicas e ambientais para reverter as desigualdades e promover o desenvolvimento econômico socialmente inclusivo e ambientalmente responsável. (COUTINHO; ASSAD, 2017 p. 23).

Esse plano não é específico para a atividade turística, visa o desenvolvimento socioeconômico do Estado a partir do fomento as atividades econômicas, corroborando com a ideia de Carvalho C., (2016).

Três eixos considerados principais foram abordados nas diretrizes do plano: Eixo de Desenvolvimento Setorial que tem como diretriz: “O Turismo como vetor de desenvolvimento inclusivo e sustentável”; Eixo Estruturante e o Eixo territorial. O Plano apresenta os programas, objetivos, metas e instituições envolvidas com essa finalidade.

Quadro 12 - Plano de Desenvolvimento Estadual de Alagoas

PROGRAMAS	Infraestrutura aplicada ao turismo; Defesa ambiental para o turismo; Qualificação dos produtos turísticos; Promoção e fortalecimento da imagem dos destinos; Fortalecimento da gestão participativa e da política estadual de turismo.
PRINCIPAIS OBJETIVOS	Qualificar e diversificar a oferta de produtos;

	Qualificar prestadores de serviços; Consolidar o posicionamento de mercado de cada região, considerando sua segmentação turística.
METAS	15 praias com símbolo bandeira azul; Sinalização turística considerada excelente por 90% dos turistas Observatório de Turismo estadual consolidado e com informações acessíveis on-line.
PRINCIPAIS INSTITUIÇÕES ENVOLVIDAS	Sedetur; Secretaria de Estado do Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos; Instituto do Meio Ambiente de Alagoas (IMA/AL); Ministério do Turismo (Mtur); Ministério da Integração nacional ; Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMbio); Maceió Convention & Visitors Bureau (MC&VB) ; Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Alagoas (Sebrae); Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac); Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene); Academia: Universidades e Faculdades públicas e privadas; Prefeituras municipais.

Fonte: Coutinho; Assad (2017)

4.3.8 Mapeamento Cultural das Cidades Históricas

O Estado possui três cidades históricas propícias para o desenvolvimento do turismo cultural, são elas: Marechal Deodoro, Penedo e Piranhas. O mapeamento foi feito pelo governo do Estado e pela Fundação Universitária de Desenvolvimento de Extensão e Pesquisa (Fundepes) com o apoio do Programa Monumento do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Com a realização desse mapeamento construiu-se um catálogo objetivando promover o turismo cultural nesses três municípios.

4.4 Ações Resultantes das Políticas Públicas de Turismo em Alagoas

Por sua oferta de recursos naturais, culturais e históricos, o Estado de Alagoas vive um momento considerado histórico para o incremento da atividade turística, o que se pode traduzir em grandes investimentos governamentais e privados.

Nesse cenário há a retomada de crescimento do turismo, que estava parado devido à Pandemia do COVID-19, Alagoas emerge como um dos destinos com maior vocação para esse segmento da economia que se configura em forte alternativa social e econômica, por suas características de facilitar a geração de empregos e reduzir desigualdades.

Uma das ações do governo é sempre estar atualizando o mapa turístico do estado, como foi o caso da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (Sedetur-AL), que já iniciou o ano fazendo a convocação dos municípios para adesão ao mapa do turismo 2022. Mostra que o estado está na busca do desenvolvimento local com base nos municípios que apresentem potencial turístico. A ideia é que, conforme a política do Governo Federal, seja feito uma articulação de desenvolvimento junto aos gestores municipais, estratégias e políticas que fortaleçam as atividades do setor nestas cidades, promovendo o desenvolvimento regional do turismo em Alagoas.

Explica a assessora Especial do Turismo da Sedetur-AL, Sandra Villanova:

> A proposta é mais uma vez identificar os destinos com potencial turístico no Estado e esclarecer as mudanças na lista de critérios obrigatórios para integrar o projeto. Entre os compromissos e recomendações para a inclusão dos municípios na versão 2022, o Ministério do Turismo determinou a presença de um órgão responsável pelo turismo, orçamento próprio destinado ao setor, necessidade de um conselho de turismo ativo, participação de uma instância de governança, além da existência de prestadores de serviços turísticos que estejam registrados no Cadastur.

Outra ação do Estado é o apoio e incentivo às ostreicultoras da Vila Palateira, na Barra de São Miguel -AL, que com isso já garante o sustento de mais de 150 famílias. Visto que a ostreicultura é um potencial turístico e gastronômico para alagoas, o projeto já está presente em mais quatro comunidades: Coruripe, Paripueira, Barra de Santo Antônio e Porto de Pedras. Apoiados ao projeto "Ostras Depuradas de Alagoas" que funciona desde 2016, os ostreicultores recebem assistência técnica, apoio logístico e auxílio na comercialização e divulgação dos produtos. O Governo de Alagoas, por meio da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (Sedetur), estimula a atividade, que está inclusa nas políticas públicas de pesca e aquicultura. Ainda contam com o apoio do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento e Sustentabilidade (IABS), Sebrae Alagoas, Prefeitura de Coruripe e Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento.

De acordo com o diretor-presidente do IABS, Luís Tadeu Assad, existem exemplos no Brasil e no exterior que mostram o potencial que a comercialização de ostras tem de gerar renda e reduzir as desigualdades sociais, em que pontua:

> Essas famílias são protagonistas do processo, são empreendedores e isso é uma das coisas mais importantes. Estamos alinhados com toda a questão ambiental e sustentável. A grande vantagem é que são pequenos empreendedores, trabalham com a própria força de trabalho, em uma produção familiar e comunitária, com benefícios diretos para eles e em torno da região em que atuam.

Salienta Rafael Brito, secretário do Desenvolvimento Econômico e Turismo:

> O papel do Estado é fundamental no desenvolvimento dos seus diversos setores. Nosso papel é formular, articular e realizar ações para promover e disseminar as cadeias e atividades produtivas, gerando diversificação econômica para a sustentabilidade dos negócios locais. Além disso, a estruturação de novos produtos e atrativos garante ao turista uma experiência diversificada e completa em Alagoas.

O Litoral Norte de Alagoas é uma região estratégica para o desenvolvimento econômico do estado no âmbito da atividade turística. O Governo de Alagoas tem investido fortemente na região, sobretudo em obras estruturantes, pois com isso acaba tendo também investimentos do setor privado. O objetivo é de alavancar ainda mais o potencial local e melhorar a vida dos alagoanos. Já são mais de 240km da malha viária do Litoral Norte beneficiadas por meio do programa Pró-Estrada - Lançado em 2016 pelo governador Renan Filho, já contempla todas as regiões do Estado com obras de implantação e recuperação de rodovias, além da pavimentação de vias urbanas nos municípios alagoanos. Atualmente, já são cerca de 90 municípios beneficiados e 1200 quilômetros contemplados dos 1800 que compõem a malha viária estadual, promovendo segurança viária e mais qualidade de vida à população alagoana.

O secretário de Estado de Transporte e Desenvolvimento Urbano, Mosart Amaral (2019), pontuou a dimensão do programa ao longo dos três anos de existência. “O Pró-Estrada já recuperou mais de 80% da malha viária de Alagoas, facilitando o escoamento das produções, o tráfego e o desenvolvimento turístico e econômico em todas as regiões.

Diversos empreendimentos que se instalam no Estado recebem benefícios locacionais para sua instalação, aprovados pelo Conselho Estadual de Desenvolvimento Econômico (Conedes). Para se ter uma ideia, somente entre 2018 e 2022, a região norte de Alagoas recebeu investimentos hoteleiros na ordem de R$ 466 milhões, com a geração de cerca de 6300 novos postos de trabalho até 2022.

Nesse sentido, afirma o secretário de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo, Marcius Beltrão:

> Alagoas avança e, sobretudo, a região norte de Alagoas, com seu potencial imensurável para o turismo e a atração de novos negócios. Na Sedetur, seguiremos trabalhando em parceria com o trade e os municípios, para estruturar, divulgar e tornar o segmento do turismo no litoral norte cada vez mais forte, gerando cada vez mais emprego e renda para os alagoanos.

Em uma publicação da Sedetur, em fevereiro de 2022, foi divulgada que por meio do Programa de Desenvolvimento Integrado do Estado (Prodesin) o Governo de Alagoas concedeu incentivos fiscais e locacionais a quatro empresas, fazendo com que os

empreendimentos injetem, juntos, mais de R$ 256 milhões na economia alagoana, garantindo a geração de 650 empregos diretos que vão estimular a criação de outros 1.950 postos de trabalho de forma indireta.

Ainda, o secretário de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo, Marcius Beltrão, afirma que:

> Em mais uma reunião do Conedes, deliberamos, analisamos e aprovamos benefícios que, juntos, irão injetar cerca de R$256 milhões na economia de Alagoas, gerando emprego, renda e desenvolvimento na capital e nas cidades do interior, promovendo a interiorização do desenvolvimento econômico e ofertando postos de trabalho em todas as regiões de Alagoas".

O setor turístico está entre os que mais empregam no estado, são 25 mil empregos diretos, além dos cerca de 100 mil postos de trabalho indiretos. Os dados fornecidos pelo Maceió Convention - a Fundação para o Desenvolvimento do Turismo em Alagoas - revelam ainda que são pagos mais de R$ 34 milhões em salários todos os meses no segmento, além de ser a atividade econômica que mais paga Imposto Sobre Serviço (ISS) em Maceió.

Partindo para o âmbito da sustentabilidade, Alagoas beneficia-se do Programa Bandeira Azul, com a Praia do Patacho, localizada na Rota Ecológica, no município de Porto de Pedras. É uma das 22 praias brasileiras premiadas na edição 2021-2022 com o selo ambiental e sustentável Bandeira Azul. A certificação ecológica é internacional e só é concedida para praias, marinas e embarcações turísticas que adotam rigorosos critérios de gestão ambiental - condutas que envolvam segurança, qualidade dos serviços, manutenção da qualidade da água, práticas de educação ambiental, turismo sustentável e responsabilidade social.

Além disso, Alagoas também conta com o selo Safe Travels da WTTC (World Travel & Tourism Council), entidade de turismo internacional que reconhece destinos ao redor do mundo que tenham implementado protocolos sanitários em padrão mundial.

No total, onze municípios alagoanos já foram contemplados com a certificação internacional: Pilar, Penedo, Maragogi, Porto de Pedras, Piranhas, Japaratinga, Delmiro Gouveia, Marechal Deodoro, Roteiro, Passo de Camaragibe e Maceió. O estado também registra 2.002 empreendimentos turísticos com o selo do Turismo Responsável do Ministério do Turismo, ocupando o primeiro lugar do Nordeste em emissão de selos. As duas certificações levam em consideração a prática de condutas que tragam segurança para turistas, trabalhadores e moradores das regiões turísticas.

Explica o secretário de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo, Marcius

Beltrão.

> Em virtude de todas as estratégias promocionais traçadas e executadas pelo Governo de Alagoas, em parceria com o trade turístico alagoano, o estado é atualmente um dos principais destinos turísticos do país. Além disso, a Sedetur/AL mantém um diálogo contínuo com as companhias aéreas, reforçando acordos de concessão de incentivos e, consequentemente, garantindo novos voos para o Estado e um maior fluxo de passageiros.

Com a retomada do turismo no estado, depois da crise causada pela COVID-19, Alagoas registrou um aumento de 14,77% no fluxo de passageiros no Aeroporto Internacional Zumbi dos Palmares em janeiro de 2022, quando comparado ao mesmo período do ano de 2021. Os dados são do Aeroporto do Nordeste do Brasil (AENA Brasil), administradora do aeroporto. No total, mais de 252 mil pessoas passaram pelo Aeroporto Zumbi dos Palmares no mês de janeiro, cerca de 32,5 mil pessoas a mais do que em janeiro de 2021.

CONCLUSÃO

Visando responder aos objetivos colocados em ênfase no trabalho, pode-se notar que apesar de ter ocorrido de forma tardia, os projetos de desenvolvimento local baseado no setor turístico vêm ganhando força a cada ano. E, pôr-se notar que as políticas públicas estaduais acompanharam as nacionais, ou seja, buscavam sempre serem atualizadas com base nas mudanças nacionais.

Pelo objetivo geral deste trabalho, os impactos positivos que o turismo traz para o desenvolvimento local no estado de Alagoas são o efeito multiplicador, ampliação da perspectiva social, apreciação do patrimônio e da identidade étnica, conscientização da necessidade de consumação, possibilidade de boa melhoria da infraestrutura da cidade, oportunidade de aumento de emprego e renda.

Cada localidade do estado tem características únicas, por este motivo o planejamento para desenvolver o turismo deve ser feito de forma particular. É preciso levar em consideração fatores como o ambiente econômico, social e político do local, os recursos naturais, clima, a infraestrutura adequada de abastecimento de água, transporte, as facilidades de alojamento, alimentação, transporte e promoção de atividades recreativas e culturais.

O turismo é capaz, de fato, de trazer grandes benefícios para o estado de Alagoas, como tem sido com outras nações, estados e municípios. Mas somente baseado em um processo lento e planejado. Porém, não se pode esperar que o turismo, por si só, traga a solução de todos os problemas de emprego do país ou a tão sonhada justiça social.

Além disso, adotar o território como nível de análise para políticas públicas, sobretudo aquelas de desenvolvimento regional, é o primeiro passo para garantir a participação dos atores públicos e da sociedade civil e a integração dos diferentes setores. Essa medida favorecerá a redução das desigualdades regionais e locais e potencializará o desenvolvimento econômico local. Contudo, é preciso não somente contar com uma estrutura de governança inclusiva e participativa, mas também que tenha a capacidade de realmente influenciar o desenho das iniciativas e o processo de tomada de decisão. A formalização das estruturas e a regulamentação dos mecanismos de governança inclusiva e participativa é uma primeira etapa.

Apesar de o poder público ser visto como detentor de grandes responsabilidades frente ao desenvolvimento do turismo no nível local, pouco ainda se conhece sobre os fatores que facilitam ou dificultam a formulação e implementação das políticas públicas municipais de turismo no país.

Essa lacuna de conhecimento em geral, gera uma dificuldade para analisar a respeito

das repercussões sobre a formulação e desempenho das metas e objetivos de desenvolvimento local com base no turismo em Alagoas.

Os alcances de resultados positivos e duradouros das ações de fomento do turismo dependem tanto de políticas específicas para esse setor, como de políticas públicas Inter setoriais e articuladas com os territórios, tais como de saneamento básico e de infraestrutura de transporte e mobilidade. Essa articulação favorece a redução das desigualdades regionais e locais, o fortalecimento da economia local e a geração de um maior engajamento e participação da sociedade civil com o setor do turismo. Para tanto, é preciso instituir uma governança baseada em estruturas formalizadas e na regulamentação de mecanismos inclusivos e participativos que reduzam esforços duplicados, otimizem a ação dos gastos públicos e promovam a cooperação entre todos os níveis de governo.

Portanto, um setor do turismo estruturado a partir de políticas baseadas em evidências tem enorme potencial para contribuir para o equilíbrio econômico, social e ambiental do território e para a prosperidade das cidades de Alagoas.

Os resultados deste estudo contribuem para o conhecimento sobre as especificidades do ambiente contextual de desenvolvimento do turismo na região Nordeste do Brasil na escala local e, especificamente, no que diz respeito às possibilidades de desenvolvimento local com base no turismo no estado de Alagoas. Além disso, o estudo poderá contribuir para a formulação de novas questões de pesquisa ligadas ao papel das políticas públicas no desenvolvimento local com base no turismo.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, A. **Administração do turismo**: conceituação e organização. Vol. I. Bauru: EDUSP, 2002.

_____. A exclusão e a inclusão social e o turismo. **Revista de Turismo y Patrimônio Cultural**, La Laguna, v. 3, n. 2, 2005.

ALAGOAS. Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico (SEPLANDE); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - AL (SEBRAE-AL). **Caracterização do arranjo produtivo**: turismo/território do APL: caminhos do São Francisco. Maceió: 2008.

ALAGOAS. Secretaria de Estado do Turismo (SETUR). **Plano Estadual de Turismo de Alagoas 2005/2015**. Maceió, 2004.

ALBAGLI, S.; BRITO, J**.** Arranjos produtivos locais: uma nova estratégia de ação para o SEBRAE. In: LASTRES, Helena M. M.; CASSIPLATO, J. E. (Coord.). **Glossário de arranjos e sistemas produtivos e inativos locais**. Rio de Janeiro: SEBRAE, 2003. Disponível em: http://www.redesist.ie.ufrj.br/. Acesso em: 15 ago. 2018.

ALMEIDA, M. G. Desafios e possibilidades de planejar o turismo cultural. In: SEABRA, G. (Org.). **Turismo de base local**: identidade cultural e desenvolvimento regional. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2007. p. 151-167.

ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986.

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Bontempo, 2003.

ANUÁRIOS ESTATÍSTICOS EMBRATUR: 2001 a 2007. Disponível em: www.turismo.gov.br. Acesso em: 10 fev. 2008.

_____. A política do turismo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi (Org.). **Turismo, como aprender, como ensinar**. São Paulo: Senac, 2001.

_____. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

ARAUJO, L. M. de. Participação sociopolítica no planejamento do turismo. **Turismo: Visão e Ação**, v. 8, n. 1, p. 153-164, 2006.

ARAUJO, L. M. de; MOURA, Flávia de Barros Prado. A expansão do turismo na zona costeira nordestina: crescimento econômico, degradação ambiental e erosão cultural. In: CORIOLANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Org.). **O turismo e a relação sociedade-natureza**: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: Eduece, 2007. p. 93-114.

ARAUJO, T. B. **As políticas públicas no Brasil**: heranças, tendências e desafios. Rio de Janeiro: FASE, 2003.

ARCHER, B.; COOPER, C. Os impactos positivos e negativos do turismo. In: THEOBALD,W.F. **Turismo global.** São Paulo: SENAC, 1998.

BANCO DO NORDESTE DO BRASIL. **PRODETUR Nordeste**: metas. Disponível em: http://www.bnb.gov.br/prodetur. Acesso em: jul. 2009.

BAPTISTA, Isabel. Para uma geografia de proximidade humana**. Revista Hospitalidade,** São Paulo, ano 2, n. 2, p. 11-22, 2. sem. 2005.

BARBOSA, F. F. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 10, n. 14, p. 107-114, 2005. Disponível em: http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/viewFile/15380/8679. Acesso em: 15 ago. 2018.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 1995.

BARROS, Magno Valença de. **A contribuição da participação sociopolítica para o desenvolvimento do turismo sustentável no município de Maragogi, Alagoas.** 2005. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) - Programa Regional de Pós-Graduação em Desenvolvimento e Meio Ambiente, Universidade Federal de Alagoas, 2005.

BECKER, B. Geografia política e gestão do território no limiar do século XXI: uma representação a partir do Brasil. **Revista Brasileira de Geografia,** Rio de Janeiro, v. 53, n. 3, p. 169-182, jul./set. 1991.

BECKER, F. Modelos pedagógicos e modelos epistemológicos. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 19, n. 1, p. 89-96. 1994.

BENEVIDES. I. P. **Turismo e PRODETUR**: dimensões e olhares em parceria. Fortaleza: EUFC, 1998.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 1998.

BENI, Mário Carlos. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BOULLÓN, R. C. **Os municípios turísticos**. Bauru: EDUSC, 2005.

BRAMWELL, B.; LANE, B. Sustainable tourism: an evolving global approach. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 1, n. 1, p. 1-5, 1993.

BRASIL. Decreto nº 946, de 1º de outubro de 1993. Regulamenta a Lei nº 8.623, de 28 de janeiro de 1993, que dispõe sobre a profissão de Guia de Turismo e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 4 out. p. 14782, 1993.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR). **Diretrizes do Programa Nacional de Municipalização do Turismo, PNMT**. Colaboração EMBRATUR. Brasília, DF, 1998.

BRASIL. **Lei 10.683 de 28 de maio de 2003**. Brasília, 2003 Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.683impressao.htm. Acesso em: 28 jul. 2018.

BRASIL. Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo. Instituto Brasileiro de Turismo. **Diretrizes do Programa Nacional de Municipalização do Turismo, PNMT**. Brasília, DF,

1999.

BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo. **Programa Nacional de Municipalização do Turismo 8 anos**: retratos de uma caminhada. Brasília, DF, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional**. 2008. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/ MIOLO_65xdestinosx_revisao4set.pdf. Acesso em: 15/08/2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa Turístico do Estado de Alagoas**. Brasília-DF, 2016. Disponível em: . Acesso em: 10 ago. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **O turismo no Brasil**: 2007/2010. Brasília, DF, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano aquarela 2007-2010**. 2009. Disponível em: www.embratur.gov.br/lai_embratur_secom/export/.../Plano_Aquarela_2020.pdf. Acesso em: 18 ago. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável**. 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/DPROD/PDITS/ALAGOAS/PDITS_LAGOA_E_ MARES_DO_SUL.pdf. Acesso em: 15 ago. 2018

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável**. 2011. Disponível em: www.turismo.gov.br/.../PDITS/ALAGOAS/PDITS_LAGOA_E_MARES_DO_SUL.pdf. Acesso em: 15 ago. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo**: diretrizes, metas e programas 2003–2007. Brasilia, DF, 2003.

BUARQUE, Sérgio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável.** Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

BUARQUE, Sérgio C.; BEZERRA, Lucila. **Projeto de Desenvolvimento Municipal Sustentável**: bases referenciais**.** Brasília, DF, 1994.

BURGOS, R.; FRENKEL, D. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais.** Campinas: Papirus, 2003.

CALDAS, A. C.; PERIN, T**.** Mais além dos arranjos produtivos locais: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local. **Revista Desenvolvimento Econômico**, Salvador, ano 7, n. 11, 2005.

CARVALHO, Cícero Péricles de. **Economia Popular**: Uma Via de Modernização para Alagoas. 7. ed. Maceió: EDUFAL, 2016.

CARVALHO, Gisélia Lima. **Perspectiva Histórico- Institucional da Política Nacional de Turismo no Brasil** (1934-2014). Disponível em: www.scielo.br/pdf/mercator/v15n1/1984-2201- mercator-15-01-0087.pdf. Acesso em: 05 ago. 2018.

CASTELLS, M. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

CASTROGIOVANNI, C. Turismo e ordenação do espaço urbano. In: CASTROGIOVANNI, A. C. (Org.). **Turismo urbano**. São Paulo: Contexto, 2000.

CICOUREL, A. V. T. The integration of distributed knowledge in collaborative medical diagnosis. In: GALEGHER, J.; KRAUT, R.; EGIDO, C. (Ed.). **Intellectual teamwork**: social and technological foundations of cooperative work**.** Hillsdale: L. Erlbaum Associates, 1990. p. 221-242.

_____. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, A. **Turismo e desenvolvimento local**. 3. ed. São Paulo: HUCITEC, 2002.

CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO. **Pesquisa e dados estatísticos**. 1996. Disponível em: http://www.wttc.org. Acesso em: 30 mar. 2009.

CORIOLANO, L. N. M. T. Do **local ao global**: o turismo litorâneo cearense. 3. ed. Campinas: Papirus, 2002.

CORIOLANO, L. N. M. T. O desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. In:_____; LIMA, L. C. (Org.). **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

CORIOLANO, L. N. M. T.; VASCONCELOS, F. P. (Org.). **O turismo e a relação sociedade-natureza**: realidades, conflitos e resistências. Fortaleza: EDUECE, 2007.

CORRÊA, R. L. Corporação, práticas espaciais e gestão do território. **Revista Brasileira de Geografia,** Rio de Janeiro, v. 54, n. 3, p. 115-121, jul./set. 1992.

CORRÊA, R. L. O estudo da rede urbana: uma proposição metodológica. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, v. 50, n. 2, 1987.

COUTINHO, Mauro Knupfer; ASSAD, Luis Tadeu. **Plano de Desenvolvimento Estadual de Alagoas**. Brasília-DF: IABS, 2017.

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

CRUZ, R. de C. **Introdução à Geografia do Turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003. CRUZ, R. de C. **Introdução à geografia e turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

DAIN, S. Dilemas do estado diante da nova ordem econômica e social. In: VALLADARES, L. do P.; COELHO, M. P.; REIS, E. P. (Org.). **Governabilidade e pobreza no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

DAVIDOVICH, F. Gestão do território: um tema em questão. **Revista Brasileira de Geografia,** Rio de Janeiro, v. 53, n. 3, p. 7-31, jul./set. 1991.

DEMO, P. **Participação é conquista**. São Paulo: Cortez, 1993. DENZIN, N. K. **Interpretive interactionism**. London: Sage, 1989.

DIAS, R. Gestão local do turismo: competitividade com sustentabilidade. In: DIAS, R.; PIMENTA, M. A. (Org.). **Gestão de hotelaria e turismo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall,

2005.

ENDRES, A. V. Planejamento estatal: do centralizado ao participativo e seus reflexos no planejamento do turismo no Nordeste. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 66-78, maio, 2002.

ENDRES, Ana Valéria. Políticas de Turismo, Desenvolvimento e o Papel do Estado: Cenários e Inquietações. **Revista Eletrônica dos Pós-graduandos em Sociologia Política da UFSC**, vol. 5, n. 1, agosto-dezembro, 2008. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/download/13446/12343. Acesso em: 01 ago. 2018.

FÁVERO, I. M. R. A necessária multidisciplinaridade no planejamento público do turismo. **Turismo: Visão e Ação**, v. 8, n. 1, p. 141-152, 2006.

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

FERRAZ, J. A. **Regime jurídico do turismo**. Campinas: Papirus, 1992.

FIORI, J. L. Estados nacionais e políticas públicas. In:_____. **Em busca do dissenso perdido**. Rio de Janeiro: Insight, 1990.

FISCHER, T. Poderes locais, desenvolvimento e gestão: uma introdução à uma agenda. In: GALLERO, A. L. El impacto de la globalizacion sobre el turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 33-38.

_____(Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais**: marcos teóricos e avaliação. Salvador: Casa da qualidade, 2002. p. 12-32.

GOFFMAN, E. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4· ed. Rio de Janeiro, Guanabara, 1988.

GOMES, Wanderson José Francisco. **A Construção do Destino Turístico Alagoas**: a tradução das políticas contemporâneas de turismo. Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Dissertação de Mestrado. Maceió, 2015. Disponível em: www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/1261. Acesso em: 15 ago. 2018.

GOODE, W. J.; HATT, P. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Nacional, 1979.

GUIMARAES NETO, L.; ARAÚJO, T. B. de. Poder local, governos municipais e políticas de indução do desenvolvimento econômico no brasil. In: SOARES, José A.; BAVA, S. C. (Org.). **Os desafios da gestão municipal democrática**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

HADDAD, P. R. **Cultura local e associativismo**. BNDES, 2004. Disponível em: http://www.bndes.gov.br/conhecimento/seminario/apl_texto2.pdf>. Acesso em: 15 dezembro, 2010.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2003. 224p. 1995.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

HALL, C. M. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução de Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 6. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1993.

HOLLOWAY, I.; WHEELER, S. **Qualitative research for nurses**. Oxford: Blackwell Science. 1996.

KNAFOU, R. Turismo e território: para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, B. **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: HUCITEC, 2001.

KOTLER, P. *et al.*. **Marketing de lugares**: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Pretince Hall, 2006.

LAFER, B. M. **Planejamento no Brasil.** São Paulo: Perspectiva, 1975.

LOBATO, Fabiana Mendes. **Descentralização de políticas públicas de turismo**: a municipalização do turismo no Maranhão. São Paulo, 2001. P. 236. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

LUSTOSA, Maria Cecília Junqueira; ROSÁRIO, Francisco José Peixoto. **Desenvolvimento Local em Regiões Periféricas**: a política dos arranjos produtivos em Alagoas. Maceió: EDUFAL, 2011.

LUSTOSA, Maria Cecília Junqueira; ROSÁRIO, Francisco José Peixoto. **Desenvolvimento local e inovação em atividades tradicionais**: o arranjo produtivo local de turismo Lagoas e Mares do Sul, Alagoas, Brasil. Disponível em: . Acesso em: 21 ago. 2018.

MARTINS, E.; MARTINS, N. S. **Diretrizes e Políticas Territoriais**. Brasília, DF, 2007.

MARTINS, S. R. O. Desenvolvimento local: questões conceituais e metodológicas. **Interações**, Campo Grande, v.3, n. 5, p. 51-58, set. 2002.

MATTEO, K. C. E. M.; MATRICARD, E. PIRES, J. S. R.; MATAMALA, J. C. **Zoneamento Turístico do Baixo Rio São Francisco no Estado de Alagoas**. Brasília: IABS: 2013. Disponível em: http://www.terrabrasilis.org.br/ecotecadigital/images/abook/pdf/1sem2015/fevereiro/Fev.15.19.pdf. pdf . Acesso em: 30 nov. 2016.

MELO, J. A. M.; SOUZA, M. A. Importância e desempenho da atividade turística na região Nordeste do Brasil. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 28, n. 1, p. 27-49, 1997.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 1994.

MORAES, A. C. R. Ordenamento territorial: uma conceituação para o planejamento

estratégico. In: BRASIL. Ministério da Integração Nacional, Secretaria de Políticas de Desenvolvimento Regional. **Oficina sobre a Política Nacional de Ordenamento Territorial: anais sobre a Política Nacional de Ordenamento Territorial, Brasília, DF 13-14 de novembro de 2003.** Brasília, DF, 2005.

_____. **Mudar a cidade**: uma introdução crítica ao planejamento e a gestão urbana. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

MULLER, Pierre; SUREL, Yves. **Análise das Políticas Públicas.** Agemir Bavaresco, Alceu R. Ferraro (trad.). Pelotas: Educat, 2002.

NUNES, E. **A gramática política do Brasil**: clientelismo e insulamento burocrático. Rio de Janeiro: Jorge Zahar; Brasília, DF: ENAP, 1997.

OLIVEIRA Fernando Meloni de. As Políticas de Turismo no Brasil nos Anos Noventa. **Turismo em Análise**, v. 19, n. 2, agosto 2008. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/rta/article/download/14149/15967. Acesso em: 10 ago. 2018.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, J. A. P. de. A variável socioambiental nos processos de planejamento do setor turístico. In: BARBOSA, L. G. M.; ZOUAIN, D. M. (Org.). **Gestão do turismo e hotelaria:** experiências públicas e privadas. São Paulo: Aleph, 2004.

_____. Os limites do desenvolvimento e do turismo. In: CORIOLANO, L. N. M. T. (Org.). **O turismo de inclusão e desenvolvimento local.** Fortaleza: FUMECE, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Introdução ao turismo**. Tradução Dolores Martins Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.

_____. **O território**: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I.E. de *et al.*. (Org.). **Geografia**: conceitos e temas. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. **Planejamento e organização em turismo**. 2. ed. Campinas: Papirus, 1996.

_____. **Política de turismo e território.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2002. CUNHA, Linício. **Economia e Política do Turismo**. Portugal: McGraw'Hill, 1997.

_____. **Política e planejamento de turismo no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2006.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e desenvolvimento local**. 3. ed. São Paulo: HUCITEC, 2002.

SECRETARIA DE ESTADO DO PLANEJAMENTO, GESTÃO E PATRIMÔNIO-Seplag. **Alagoas em Dados e Informações**. Disponível em: http://www.seplag.al.gov.br. Acesso em: 15 ago. 2018.

SILVA, S. B. de M. O turismo como instrumento de desenvolvimento e redução da pobreza:

uma perspectiva territorial. In: CORIOLANO, L. N. M. T. , LIMA, L. C. (Org.) **Turismo comunitário e responsabilidade socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003.

SILVEIRA, C. D.; PAIXÃO, D. L. D.; COBOS, V. J. Políticas públicas de turismo e a política no Brasil: singularidades e (dês) continuidade. **Ciência & Opinião**, Curitiba, v. 3, n. 1, jan./jun. 2006. Disponível em: http://cienciaeopiniao.up.edu.br/arquivos/cienciaeopiniao/File/volume4/art7%20Ci%C3%AAncia%20e%20Opini%C3%A3o%20nov06.pdf . Acesso em: ago. 2009.

SOLHA, K. T. Política de turismo: desenvolvimento e implementação. In: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K. T. (Org.). **Planejamento turístico**. Barueri: Manole, 2006. cap. 5.

SOUZA, M. L. Algumas notas sobre a importância do espaço para o desenvolvimento social. **Revista Território**, Rio de Janeiro, ano 2, n. 3, p. 13-35, jul./dez. 1997.

TRIGO, L. G. G. A **sociedade pós-industrial e o profissional de turismo.** 3. ed, Campinas: Papirus, 1998.

TRIVINÕS, A. N. S. Marxismo, materialismo dialético e materialismo histórico. In: _____. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

_____**. Turismo e espaço**: rumo a conhecimento interdisciplinar. São Paulo: HUCITEC, 1999.

_____**. Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: HUCITEC, 2001.

_____. Uma leitura crítico-interpretativa do planejamento governamental do turismo no Ceará. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 13, 2002, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: UFPB, 2002.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 3. ed. São Paulo: Stúdio Nobel: SESC, 2001.

VEIGA, J. E. da. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. 2. ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

file:///C:/Users/Admin/Downloads/505-Texto%20do%20artigo-1654-1-10-20160215.pdf

file:///C:/Users/Admin/Downloads/LUZANA_HENRIQUE_DE_SOUZA_-_Polticas_Pblicas_de_Turismo_uma_anlise_do_Projeto.pdf

http://agenciaalagoas.al.gov.br/noticia/item/31774-programa-pro-estrada-se-consolida-e-ja-esta-presente-em-todas-regioes-de-alagoas

http://antigo.turismo.gov.br/plano-nacional-do-turismo.html

http://engemausp.submissao.com.br/20/anais/arquivos/262.pdf

http://engemausp.submissao.com.br/20/anais/arquivos/262.pdf

http://festivaldascataratas.com/forum-turismo/anais/2017/gt1-politicas-publicas/10-turismo-e-politicas-publicas-uma-analise-teorica.pdf

http://meioambienteeturismo.blogsdagazetaweb.com/2019/08/02/municipios-sao-incluidos-no-mapa-estadual-de-turismo/

http://sedetur.al.gov.br/index.php/noticia/item/3132-al-concede-incentivos-fiscais-para-empresas-que-vao-investir-r-256-milhoes-no-estado

http://sedetur.al.gov.br/index.php/noticia/item/3135-parceria-entre-sedetur-e-trade-turistico-fortalece-desenvolvimento-economico-de-alagoas

http://sedetur.al.gov.br/index.php/noticia/item/3137-fluxo-de-passageiros-sobe-14-77-no-aeroporto-zumbi-dos-palmares

http://sedetur.al.gov.br/noticia/item/3045-governo-de-alagoas-apresenta-para-empresarios-investimentos-feitos-para-potencializar-o-turismo-no-litoral-norte

http://sedetur.al.gov.br/noticia/item/3091-bandeira-azul-um-passeio-pelas-belezas-naturais-da-praia-de-patacho

http://www.cultura.al.gov.br/municipios/historico-dos-municipios/historico-do-municipio-de-delmiro-gouveia

http://www.repositorio.ufal.br/bitstream/riufal/1261/1/A%20constru%C3%A7%C3%A3o%20do%20destino%20tur%C3%ADstico%20Alagoas....pdf

http://www.repositorio.ufal.br/bitstream/riufal/1261/1/A%20constru%C3%A7%C3%A3o%20do%20destino%20tur%C3%ADstico%20Alagoas....pdf

http://www.repositorio.ufal.br/bitstream/riufal/3384/1/A%20potencialidade%20do%20turismo%20de%20aventura%20de%20Santana%20do%20Ipanema.pdf

http://www.repositorio.ufal.br/handle/riufal/6092

http://www.revistafacil.com.br/2019/12/piranhasalagoas-turismo-historia-e_20.html

http://www.sedetur.al.gov.br/noticia/item/2592-ostreicultura-e-potencial-turistico-e-gastronomico-para-alagoas

http://www.sefaz.al.gov.br/noticia/item/2972-boletim-sefaz-setores-economicos-de-alagoas-cresceram-26-em-agosto

https://cbhsaofrancisco.org.br/noticias/cultura_blog/angiquinho-a-primeira-usina-hidreletrica-do-nordeste/

https://dados.al.gov.br/catalogo/am/dataset/turismo-diagnosticos-e-estrategias-para-alagoas/resource/ee570cf9-7927-456f-a0ed-feef92810a53

https://dados.al.gov.br/catalogo/am/dataset/turismo-diagnosticos-e-estrategias-para-alagoas/resource/836594b3-e5f8-4f94-8146-46e0580227c7

https://dados.al.gov.br/catalogo/am/dataset/turismo-diagnosticos-e-estrategias-para-alagoas/resource/c3b9d81d-2973-430d-b099-ee243e208c6a

https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/c0008121-e6ab-4472-8081-c54a42210a75/resource/0b737df3-e8ea-4a33-a497-a86d167aaa5f/download/mapeamento-cultural-marechal-penedo-piranhas.pdf

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/207939/mod_resource/content/2/Artigo%20GOLDINO.pdf

https://mapasblog.blogspot.com/2011/11/mapas-de-alagoas.html

https://melhorespontosturisticos.com.br/pontos-turisticos-de-alagoas/

https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/alagoas.htm

https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/37605/2/LuzanaHS_Monografia.pdf

https://tribunahoje.com/noticias/cidades/2021/07/19/turismo-piranhas-e-destino-certo-para-quem-procura-historia-cultura-ecoturismo-e-lazer/

https://tribunahoje.com/noticias/economia/2021/12/30/pib-2021-alagoas-apresenta-estimativa-de-crescimento-de-650-aponta-seplag/

https://turismo.df.gov.br/publicado-o-plano-nacional-do-turismo-2013-2016/

https://viagemempauta.com.br/2016/02/04/25450/

https://viagemeturismo.abril.com.br/cidades/penedo-6/

https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/9/41.pdf

https://www.bristolhoteis.com.br/o-que-fazer-em-delmiro-gouveia/#:~:text=%20Separamos%20pontos%20tur%C3%ADsticos%20em%20Delmiro%20Gouveia%20que,Complexo%20do%20Angiquinho.%20Um%20passeio%20hist%EF%BF%BD...%20More%20

https://www.correiodosmunicipios-al.com.br/2021/11/alagoas-se-destaca-como-o-3o-estado-do-nordeste-que-mais-cresceu-em-2019-segundo-ibge/#:~:text=Alagoas%20se%20destaca%20como%20o%203%C2%BA%20estado%20do,destaques%20do%20crescimento%2C%20com%20varia%C3%A7%C3%A3o%20positiva%20de%2017%2C44%25

https://www.correiodosmunicipios-al.com.br/2021/11/alagoas-se-destaca-como-o-3o-estado-do-nordeste-que-mais-cresceu-em-2019-segundo-ibge/

https://www.ebiografia.com/delmiro_gouveia/

https://www.guiadasemana.com.br/viagens-nacionais/galeria/lugares-para-conhecer-em-

alagoas

https://www.megatimes.com.br/2011/11/alagoas-aspectos-geograficos-e-sociais.html

https://www.panrotas.com.br/service-news/reader/reader.asp?cod_not=186755

https://www.panrotas.com.br/service-news/reader/reader.asp?cod_not=186755

https://www.portalsaofrancisco.com.br/turismo/alagoas

https://www.repositorio.ufop.br/bitstream/123456789/4425/6/ARTIGO_EstudoAvalia%C3%A7%C3%A3oPrograma.pdf