

TURISMO E SOCIEDADE: NOVOS RUMOS

Ana Lúcia Menezes dos Santos^()*
*Adolpho Walter Pimazoni Canton^(**)*

RESUMO

Neste artigo são apresentadas considerações relacionadas à evolução do turismo no contexto social, educacional, de negócios de lazer e o marketing de turismo. O Brasil está deixando de ser um país de gente jovem, assim, o governo, as empresas de eventos, os hotéis, as empresas aéreas/terrestres e a Embratur deverão investir neste setor, para poder entrar no século XXI com infra-estrutura planejada e conseguir obter o sucesso procurado. O turismo gerará empregos, distribuirá renda às cidades e municípios contribuindo, para o aumento produtivo de recursos para a sociedade. A integração de culturas e a oportunidade de conhecimento de novos rumos sociais, tais como: a educação, a cultura, os hábitos e costumes e a geografia de outros países são fatores importantes para o amadurecimento da humanidade, já que a globalização é um elo entre o homem, a informação e a tecnologia mundial.

^(*) Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Administração da Pontifícia Universidade de São Paulo na área de Marketing. Bacharel em Jornalismo pelas Faculdades Integradas Alcântara Machado - FIAM/SP. E-mail: amenezes@usp.br.

^(**) Professor Titular da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. PhD pela University of North Carolina, USA. Professor da Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas. E-mail: cantonaw@usp.br.

INTRODUÇÃO

O turismo, graças a acontecimentos econômicos e sociais no mundo moderno, pôde transformar-se em um setor bastante promissor e com possibilidade de expansão, pois, o seu desempenho está relacionado ao comportamento da distribuição da renda.

Na segunda metade do presente século, o turismo se transformou num fenômeno massivo, as pessoas estão viajando mais, tanto individualmente, quanto em grupo, a negócios ou em família.

A intenção deste artigo é analisar algumas idéias sobre a melhor forma de levar adiante políticas governamentais para potencializar este grande gerador de renda, empregos e negócios que é a indústria do turismo.

Pelas estimativas da presidência da Embratur e do governo federal, o turismo será a indústria bem sucedida do século XXI. Haverá muita procura de mão-de-obra especializada e bem treinada, a infra-estrutura deverá ser planejada para o cliente-consumidor e os preços de hotéis, as passagens aéreas/terrestres deverão ser acessíveis às pessoas, tornando-se assim, requisitos básicos para que este negócio se torne um produto forte no mercado interno e externo.

O Brasil deverá seguir o exemplo da Espanha e criar uma infra-estrutura adequada à demanda e promover o turismo brasileiro no exterior, para isso, ele deverá planejar seus objetivos, aperfeiçoando e mostrando suas belezas naturais, sua extensão continental, o calor humano e a alegria contagiante que a população brasileira transmite para quem vem visitar este país. Para que isso ocorra com tranquilidade, os políticos devem investir em segurança nas regiões e cidades brasileiras e mudar essa imagem violenta de assaltos, seqüestros, mortes, crianças na rua pedindo esmolas, saúde e educação precárias e idosos desrespeitados que o Brasil passa para outros países, através da mídia.

Definição de Turismo e Turista

A definição de turismo, segundo Wahab (1977)¹, é: “uma atividade humana intencional que serve como meio de comunicação e como ligação da interação entre povos, tanto dentro de um mesmo país como fora dos limites geográficos dos países. É visto como o deslocamento temporário de pessoas para outra região, país ou continente, visando à satisfação de necessidades outras que o exercício de uma função remunerada. Para o país receptor, o turismo é uma indústria cujos produtos são consumidos no local formando exportações invisíveis. Os benefícios originários deste fenômeno podem ser verificados na vida econômica, política, cultural e psicossociológica da comunidade.” A especialização do turismo chegou com a abertura da economia para produtos estrangeiros.

O turista, para muitos, é um indivíduo que viaja de férias ou algo parecido, porém, a definição de turista internacionalmente aceita, são pessoas que viajam por prazer, lazer, a negócios, visitam parentes e amigos, ou por motivos religiosos, educacionais, políticos e outras razões.

A Organização Mundial de Turismo (OMT) amplia a compreensão das múltiplas formas desta atividade que surge atualmente. Um turista é qualquer pessoa que viaja para outro lugar num mesmo país ou estrangeiro, por um período maior que 24 horas e menor que 12 meses, sendo²:

- se a viagem é menor que 24 horas, o turista é considerado excursionista,
- se a viagem é feita no mesmo país de residência, é turista nacional ou doméstico,
- se a viagem é feita em país estrangeiro, é turista internacional.

Os motivos, entre outros, podem ser vários:

¹ Wahab, S.E.A. *Introdução à Administração do Turismo*. Editora Pioneira. São Paulo, 1977.

² Quiroga, Eduardo Carlos. *El Turismo en Argentina y el mundo*. *Revista Novedades Económicas* Año 19. Número 201. Noviembre/Diciembre de 1997.

- recreação e férias,
- visita a amigos e parentes,
- realizar negócios e atividades profissionais,
- fazer tratamento médico,
- por motivos religiosos (peregrinações).

O Turismo Atendendo às Necessidades de Sociabilização

A sociedade, hoje, valoriza o lazer como uma atividade necessária. No passado tinha um sentido negativo, dada a filosofia de que somente o trabalho traz dignidade e realização pessoal. A evolução da tecnologia e da sociedade, em termos morais e éticos, recoloca o lazer como um dos aspectos de aumento da qualidade de vida, dando prestígio social e cultural aos indivíduos que o utilizam.

Assim, pessoas que decidem por determinado tempo de viagem turística, podem estar em busca de *status* social, ou por imitação de outras pessoas de nível social mais desenvolvido, ou porque ouviram falar bem do lugar, ou curiosidade ou qualquer outra necessidade individual e/ou profissional.

O turismo apresenta resultados positivos, porém, às vezes, podem ocorrer alguns imprevistos negativos. Através do turismo pode se gerar renda, emprego, contribuição à minimização dos desequilíbrios regionais e valorização dos bens culturais. Contribui para o intercâmbio tecnológico e cultural entre países e regiões e nesse sentido, os contatos pessoais, turistas-residentes, exercem um papel destacado.

A experiência vivida por um turista é uma oportunidade de amadurecimento pessoal seja ela em um país estrangeiro ou no território nacional. A necessidade de satisfação e segurança vão fazer o viajante decidir se um dia voltará ou não aquele país novamente, região ou estado. Essa experiência pode constituir-se num fator a mais de atração para novas viagens e para indicação a outros colegas de profissão, parentes e amigos.

Um fator negativo é que muitos turistas podem destruir a flora, a fauna e o meio-ambiente, com agressão à natureza, por falta de informação

ou muitas vezes movidos por instintos não adequados.

O governo desconfia que preços altos no transporte aéreo interno têm como principal explicação a falta de oferta no momento de crescente demanda.

Se as empresas aéreas nacionais faturam mais no mercado interno, seus lucros servem para cobrir os descontos oferecidos nas rotas internacionais. Mas o governo não tomará qualquer atitude para abrir o setor para a competição estrangeira até que todos os vários ministérios apresentem números justificando suas diversas teses.

Segundo uma reportagem assistida, no *Jornal SPTV* 1ª Edição da TV Globo, na primeira semana de agosto de 1998, a Embratur decidiu incluir nos pacotes de turismo, um seguro de viagem, assim, o turista pagará uns R\$ 20,00 a mais no pacote de sua escolha e terá sua viagem garantida. A presidência da Embratur tomou essa decisão para que os turistas brasileiros com intenção de viajar para o exterior e para regiões do Brasil possam ter garantida sua viagem, isso eliminará a imagem negativa que foi tida pelas pessoas que compraram pacotes de viagem para assistir à Copa do Mundo na França, e, quando chegaram lá, não existiam ingressos para a entrada no estádio.

Educação

A maioria das crianças, num país desenvolvido, tem direito a educação. As aulas de história e geografia na Europa são dadas na prática. Professores e alunos visitam museus, igrejas, castelos, regiões e patrimônios históricos, praças e lugares que contam a história de seu povo, sua civilização e desenvolvimento.

A educação valoriza a importância do lazer e do turismo no uso do tempo livre, despertando interesse e curiosidade sobre outros países, sua geografia, idioma, hábitos e costumes.

Segundo o Prof. Rabahy,³ a educação tem efeito dinâmico no turismo:

³ RABAHY, Wilson A. *Fundamentos Econométricos e Estudos Econômicos no*

- do lado da demanda, pela intensificação do consumo turístico e,
- do lado da oferta, pela melhoria da qualificação dos recursos humanos do setor, e pela contribuição à melhoria das condições sócio-econômicas dos centros receptores.

Turismo de Negócio:

A integração entre as empresas de eventos, os hotéis, a prefeitura, o governo, o município, as empresas aéreas/terrestres e a Embratur deveriam ter um único intuito: demonstrar confiança, qualidade nos serviços e segurança nos produtos relacionados a este setor. As redes de hotéis estão investindo em infra-estrutura para atender à demanda dos profissionais, que são os maiores geradores de receita.

Quem procura por essa facilidade são homens e mulheres de negócios, responsáveis pela rentabilidade de muitos hotéis. Tecnicamente, esse tipo de hospedagem está muito defasado para quem está a trabalho, as salas não têm infra-estrutura adequada para certos eventos, os apartamentos são inadequados, um exemplo, é a falta de tecnologia nos mesmos, deveria haver um *lap-top* com programas do tipo *excel*, *word*, *access*, *power point* e outros que suprissem as necessidades dos profissionais, vídeo com tele-conferência, um *facsimile*, telefone com ramais, mas não há investimento por parte dos hotéis nesses equipamentos de trabalho. A visão dos donos é somente o luxo oferecido e o preço alto das diárias.

Os hotéis dos centros urbanos estão se modernizando. O importante é um local simples e confortável, com a tecnologia de informação necessária para homens e mulheres profissionais transformarem seus quartos num escritório, enquanto estão hospedados à negócio⁴.

No Brasil, o turismo empresarial está crescendo, a situação econômica estimula os negócios

Planejamento Turístico. São Paulo: Tese de Livre-Docência apresentada à Universidade de São Paulo.

⁴ Santana, Ivone. "Hotéis Dão Mais Atenção ao Executivo", *Jornal Gazeta Mercantil*. "Caderno Empresas & Negócios", São Paulo, 24/03/97,pg C-1.

e traz mais eventos internacionais, gerando maior distribuição de renda ao país.

A Indústria do Turismo

O governo sabe que o turismo, hoje, é um instrumento poderoso para gerar empregos e reduzir desigualdades sociais e regionais. Por isso, a Embratur pretende investir mais de R\$ 24 milhões, até 1998, na divulgação e na promoção das nossas potencialidade turísticas. O país vai investir na promoção do turismo, pelo menos 2% do que arrecada na conta do setor, conforme recomenda a OMT. A sociedade está se conscientizando de que o turismo é um fato econômico e social, e não uma atividade supérflua.

O governo atua, ainda, no sentido de diminuir a saída e os gastos de brasileiros que vão ao exterior, o que só será possível com o fortalecimento e a melhoria na qualidade da oferta, dos serviços e dos preços dos produtos turísticos nacionais.

Apesar de todo o seu potencial turístico, o Brasil vem apresentando déficit na conta de viagens internacionais e serviços. No intuito de reduzir esse déficit e levar o setor a alcançar seu grande potencial, o governo federal lançou o documento "Política nacional de turismo - planejamento estratégico 1996-1999",⁵ que visa estimular a vinda de estrangeiros, a fim de alcançar, em 1999, 3,8 milhões de turistas, US\$ 4 bilhões em entradas de divisas diretas e 10,6% de crescimento no número de empregos no setor. O documento estabelece ações necessárias, como investir em projetos nacionais.

De acordo com os dados do *World Travel and Tourism Council*, relativos a 1995, a indústria de viagens e turismo participou com 7,8% do PIB mundial, empregando cerca de 6 milhões de pessoas e pagou US\$ 16 bilhões de salários. Em 1996, somente na venda de passagens aéreas, as agências brasileiras movimentaram mais de US\$ 3,3 bilhões.

⁵ Internet, <http://www.embratur.gov.com.br/pnmt.htm>, "Programa Nacional de Municipalização do Turismo", São Paulo, 04-97.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) destinou cerca de US\$ 1 bilhão para financiar empreendimentos privados no setor. Em 1996, foram atendidos pelo BNDES, 60 projetos médios em todo o país, com geração de 3.000 empregos. Outra iniciativa do governo que já foi implantada é a isenção do Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI e do Imposto de Importação nos equipamentos para parques temáticos. Em 1997, foram liberados, R\$ 16 milhões para formação profissional do setor, o que veio a beneficiar 36 mil trabalhadores.

O Programa de Ação para o Desenvolvimento Integrado do Turismo (PRODETUR) é outra iniciativa estruturada e concebida pelos governos federal e estaduais. Objetiva financiar implantação de infra-estrutura de suporte ao turismo, incentivando investimentos de iniciativa privada para implantação de equipamentos turísticos.

Em 1997, tivemos um aumento de 26,2%, no gasto médio, per capita, por dia do turista estrangeiro. E o setor do turismo de negócios e eventos cresceu 29% em função da abertura econômica, com o interesse de investidores estrangeiros e do Mercosul a credibilidade no país consolida-se.

Marketing de Turismo

Podemos citar a visão de Levitt, em seu clássico artigo, “Miopia de Marketing”⁶, para evidenciar a visão estreita das políticas de turismo no Brasil: um projeto turístico resumia-se em construir hotéis e esperar pelos turistas que iriam lotá-los e a infra-estrutura, necessária para suportá-los, crescia sem qualquer planejamento.

Este emergente conceito de produto turístico, como sendo um conglomerado de equipamentos e serviços, tem por sua vez induzido uma preocupação com as amplas ramificações dos efeitos do turismo sobre a economia, especialmente em países e regiões onde a atividade econômica é menos desenvolvida. Os efeitos refletem não só sobre a indústria de transportes que é a mais atingida, como também a indústria de construção,

o setor de abastecimento de alimentos e as indústrias de mobiliário.

O *boom* do turismo que seria melhor denominado de revolução do lazer, foi em larga escala, uma resposta às mudanças econômicas, sociais e tecnológicas, originadas nas nações industrializadas.

O turismo surge como um excelente negócio, faturando em torno de 400 bilhões de dólares em receita em todo o mundo.

Se a estatística da OMT se confirmar, em 2020, o turismo no mundo será responsável por quase 2 trilhões de faturamento por ano, conforme demonstrado no gráfico 1, o qual analisa a receita da indústria do turismo mundial⁷.

A indústria, em anos passados, foi uma geradora de dinheiro, perdeu lugar para o setor de prestação de serviços. O turismo aparece, brilhantemente, neste novo cenário, este setor já está rendendo mais do que o farmacêutico e está se aproximando de setores gigantes como a informática e as telecomunicações.

Atualmente, pessoas que vivem em países em desenvolvimento estão fazendo mais turismo pelo mundo. Em 1997, foram realizadas cerca de 590 milhões de viagens internacionais e calculando-se que esse número chegará a 1 bilhão, em 2010⁸, estes dados são demonstrados através do gráfico 3, o qual estima o número de pessoas que farão turismo internacional em 2020.

Este negócio trará grandes oportunidades para os hotéis, às empresas de transporte e para outros vários setores da economia que estão ligados direta ou indiretamente a estes novos rumos. O turismo está sendo considerado o maior empregador da atualidade, a estimativa é que de nove trabalhadores no mundo, pelo menos um está ligado neste segmento.

O Brasil está acordando para essa realidade, a situação atual deste país pode ser comparada com a da Espanha há dez anos atrás, quando o país recebia cerca de 4 milhões de turistas. Atualmente, os espanhóis recebem cerca de 40 milhões de turistas todo ano.

⁶ Levitt, Theodore. Marketing Myopia. *Harvard Business Review*, July-Aug. 1960, pp.45-56

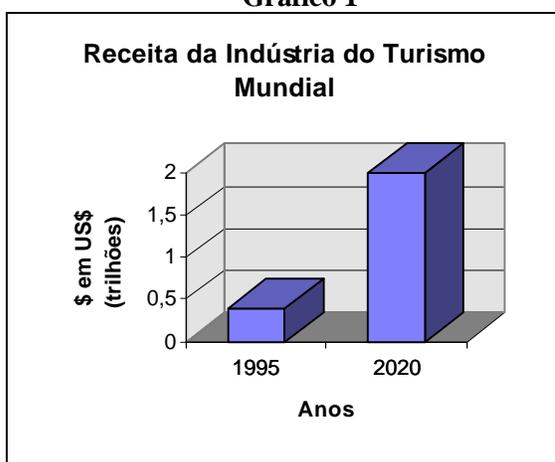
⁷ Valentini, Cintia. Lazer bilionário, *Revista Veja*, p. 136, 08/1998

⁸ Ibid. (7)

Em 1997, desembarcaram no Brasil cerca de 2,9 milhões de estrangeiros⁹, conforme o gráfico 2, este número é pouco para um país que poderia oferecer 8.000 quilômetros de litoral, a selva amazônica, a pesca e o turismo ecológico. O Brasil deveria investir em infra-estrutura e estabelecer uma estratégia promocional do país no exterior, além disso, fazer uma análise dos preços elevados dos hotéis em comparação com os de outros países, investir em mão-de-obra especializada e o mais importante, apresentar-se ao mundo de maneira positiva e segura.

- a proteção ao meio-ambiente e ao patrimônio histórico e cultural;
- a geração de novos empregos e frentes de trabalho;
- maior aporte de divisas.

Gráfico 1



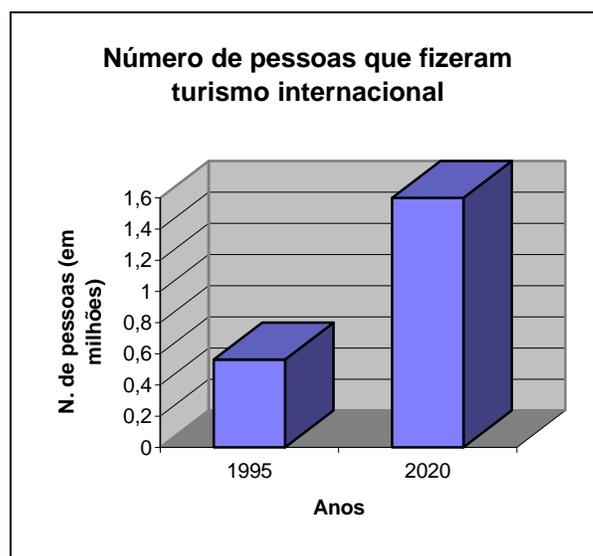
Fonte: World Tourism Organization*

Gráfico 2



Fonte: Embratur e Ernst & Young*

Gráfico 3



Fonte: World Tourism Organization (*) Previsão

O Turismo como Produto

Acredita-se que o produto turismo, no Brasil, alicerçado nas potencialidades naturais do maior país tropical do mundo, possa cooperar de forma substancial como instrumento de desenvolvimento regional sustentável, alcançando resultados expressivos para o país. Dentre estes resultados, destacam-se:

- a melhoria da qualidade de vida de milhões de brasileiros que vivem em regiões com reconhecido potencial turístico;
- a integração socio-econômica e cultural da população;

⁹ Ibid (7)

As estatísticas tendem a sobrevalorizar o setor do turismo em determinados países, geralmente pequenos e com várias fronteiras, e subvalorizar em outros que possuem grandes extensões de território. Isto se dá em razão da facilidade dos ingressos pelas fronteiras e pelas viagens domésticas. Países como os Estados Unidos, Argentina e Brasil têm um setor de turismo de menor proporção que outros países europeus.

Um dos indicadores utilizados para avaliar a capacidade de hospedagem e sua taxa de ocupação é dado pelo fluxo do turismo em determinado local. Os tipos de hospedagem indicam as características de seus usuários. Os jovens utilizam albergues da juventude, *campings*, vilas de férias, residências secundárias e de aluguel; os adultos e pessoas de terceira idade procuram, em geral, hotéis fazenda e estâncias climáticas, pais com filhos menores procuram praias, hotéis fazendas, etc. Cada local escolhido tem que ser adaptado ao perfil do consumidor.

▪ **Promoção**

A promoção e a divulgação do turismo numa determinada região deve ser simples, clara, confiável e precisamente definida.

A comunicação pode ser estabelecida pela utilização de canais convencionais de veiculação e direcionada ao consumidor, via entidades distribuidoras.

▪ **Preço**

No Brasil, pessoas com vontade de conhecer melhor o país, geralmente, tinham uma surpresa desagradável. Na maioria dos casos, uma viagem para o exterior, por exemplo, aos Estados Unidos, ficava mais barata do que passar alguns dias no Ceará, o nordeste brasileiro.

Essa diferença está chegando ao fim, a partir de 1997 a Embratur anunciou um pacote de redução de preços e tarifas de passagem aérea, hotéis, restaurantes e locadoras de veículos. Além

da redução de juros e ampliação de prazo para pagamento com cartão de crédito¹⁰.

CONCLUSÃO

Portanto, o Turismo está se tornando uma grande indústria brasileira em expansão e com a globalização, as pessoas querem conhecer locais, continentes, hábitos e costumes e educação diferentes e interessantes.

O setor turismo veio para ficar e expandir-se e também com a finalidade de responder pela abertura do mercado para profissionais de diversas áreas.

Nos finais de semana prolongados, as pessoas estão fugindo das cidades grandes, dos centros de violência para poder respirar um ar menos poluído, ver um pouco de verde, poder brincar e correr com maior liberdade e conforto.

As pessoas necessitam de um turismo ecológico, esportivo, religioso, por exemplo: grupos de solteiros, descasados, terceira idade, homossexuais, gastronômicos e até para o tipo de turismo onde o destino não tem importância, todos estes aspectos estão relacionados com a qualidade de vida do homem.

Uma abordagem possível para o problema de identificar as necessidades atuais dos consumidores e que parece ter um valor potencial elevado para atacar o difícil problema da demanda induzida, é delinear um experimento de recreação na forma de equipamentos ou sítios em diferentes áreas e, cuidadosamente, monitorar os vários padrões de uso e não-uso, através do tempo e, acima de tudo, fazer um planejamento correto da infra-estrutura que deve ser oferecida ao turista, além de expor o Brasil no exterior.

O Brasil não é mais considerado um país de gente jovem, por isso as pessoas da terceira idade, deveriam merecer atenção especial por parte da indústria turística. Boa quantidade de pessoas, nessa faixa etária, muitas detentoras de poder aquisitivo elevado, mas que normalmente

¹⁰ Cai o Preço do Turismo no Brasil, *Jornal dos Participantes do CCF Fundo de Pensão*, São Paulo, Ano I - nº 9, p 4, 03/97.

ficam de fora das campanhas de marketing turístico, como na sociedade, só são associadas a estâncias hidrominerais, que são consideradas refúgios para idosos.

Quando uma pessoa decide fazer uma viagem, ela deve considerar o seu turismo como uma trilha, um caminho e uma estrada que levam a todos os lugares ou a lugar nenhum. O importante é a emoção de viajar e descobrir como a natureza é inesquecível. O prazer da contemplação, a estrada é o meio de comunicação entre o homem e a natureza. O estado de espírito e o humor dos homens transmitem à estrada paz, tranquilidade e prudência ou agressividade, inquietação e inconveniência.

O turismo é uma viagem pela imaginação, pelo faz-de-conta, pela liberdade de expressão nas ações e pensamentos, o Brasil sempre esteve associado ao padrão de consumo das elites, onde as autoridades e empresários sempre apostaram no fluxo de dinheiro de turistas estrangeiros. É por isso que há tantos hotéis de luxo no país, às vezes com serviços prestados precários, num país onde a maioria da população prefere curtir as férias em casa.

Finalmente, quando o homem possuir respeito e consideração para consigo e para com a natureza, irá descobrir argumentos que proporcionarão momentos de prazer e oportunidades de negócios, dignidade, viabilização de sistemas de organização da vida, equilíbrio à saúde, ao físico, ao mental e ao financeiro, integrando-se ao mundo e à sociedade, num brilhante futuro, onde o setor turismo tem papel destacado.

Segundo estimativas do governo e da Embratur, a indústria do turismo será um excelente negócio em expansão no século XXI. O Brasil deverá espelhar-se no turismo da Espanha e investir em infra-estrutura e na divulgação do país no exterior. Com a ascensão do turismo crescerá a procura de mão-de-obra especializada e a renda brasileira será melhor distribuída. O Brasil tem muitas regiões, praias, natureza, costumes, hábitos, patrimônios históricos que devem ser conhecidos e apreciados, não somente pelos estrangeiros mas principalmente pelo seu próprio povo. Muitas vezes, um brasileiro conhece o Museu do Louvre, em Paris e não conhece o Museu do Ipiranga, em São Paulo. O

governo, a Embratur, empresas aéreas/terrestres, empresas de eventos devem analisar melhor as condições de preço, a qualidade dos serviços, a segurança e a credibilidade que oferecem aos turistas em nível nacional e internacional.

Assim, o turismo pode ser o elo entre a educação, a saúde, a tecnologia, os negócios e o amadurecimento e respeito do homem com o seu meio, o Brasil poderá ter uma história, pois, segundo os estrangeiros, os brasileiros não possuem história, sua própria história.

Estamos no momento propício da expansão da indústria do turismo no Brasil e este progresso trará muitos benefícios, tanto financeiro quanto educacional e global ao povo brasileiro, basta termos motivação e desempenho para alcançarmos este novo patamar.

BIBLIOGRAFIA

- RABAHY**, Wilson A. Fundamentos Econométricos e Estudos Econômicos no Planejamento Turístico. São Paulo: Tese de Livre-Docência apresentada à Universidade de São Paulo - Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, 1988.
- SANTANA**, Ivone. Hotéis Dão Mais Atenção ao Executivo, *Jornal Gazeta Mercantil*. Caderno Empresas & Negócios, São Paulo, p. C-1. 03/97.
- MEDEIROS**, Ricardo Allan. Cresce vinda de Turistas, *Jornal Gazeta Mercantil*, Brasília, 05/97.
- DOWBOR**, Ladislau. *A Reprodução Social*. São Paulo, p. 171-173, 03/97.
- INTERNET**,
<http://www.embratur.gov.com.br/pnmt.htm>,
“Programa Nacional de Municipalização do Turismo”, São Paulo, 04/97.
- DOWBOR**, Ladislau. Cai o Preço do Turismo no Brasil, *Jornal dos Participantes do CCF Fundo de Pensão*, São Paulo, Ano I, no. 9, p. 4, 03/97.
- DOWBOR**, Ladislau. Viagem Quase Insólitas, *Revista Momento-Publicação da Associação Nacional dos funcionários dos Banco do Brasil/ANABB*, Brasília, Ano I - nº 1, p. 48-52, 01 e 02/95.

- DOWBOR**, Ladislau. Sem Lenço e Sem Documento, *Revista Momento-Publicação da Associação Nacional dos funcionários dos Banco do Brasil/ANABB*, Brasília, Ano I - nº 1, p. 68-72, 09 e 10/95.
- INTERNET**, http://fws.uol.com.br_folio.pg.folha_97.n..._doc@1_hit_heading_words=4_hits_only.
- ALVARES**, Elcio , *Artigo Turismo Estável*, Espírito Santo, 08/09/97.
- QURIROGA**, Eduardo Carlos. El Turismo en Argentina y el mundo. *Revista Novedades Económicas* Año 19. Número 201. 11 e 12/97.
- INTERNET**, http://www.embratur.gov.com.br/embratur/dir_prog.html, “EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo”, São Paulo, 07/98.
- WAHAB**, S.E.A. *Introdução à Administração do Turismo*. Editora Pioneira. São Paulo, 1977.
- LEVITT**, Theodore. Marketing Myopia. *Harvard Business Review*, p. 45-56, 07 e 08/60.
- LEVITT**, Theodore. ”Lazer Bilionário”. Cintia Valentini. *Revista Veja*, p. 136, 08/98