



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAL E PUBLICIDADE

**O SETOR DE TURISMO NO BRASIL**

**ANÁLISE ECONÔMICA DE OPORTUNIDADES PARA PAUTAR PLANOS DE  
MARKETING**

HANNA PEREIRA GUIMARÃES

BRASÍLIA

1/2019



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAL E PUBLICIDADE

HANNA PEREIRA GUIMARÃES  
ORIENTADOR NEWTON MOLON

**O SETOR DE TURISMO NO BRASIL**  
**ANÁLISE ECONÔMICA DE OPORTUNIDADES PARA PAUTAR PLANOS DE**  
**MARKETING**

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade, sob orientação do professor Newton Duarte Molon.

BRASÍLIA

1/2019



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAL E PUBLICIDADE

HANNA PEREIRA GUIMARÃES

**O SETOR DE TURISMO NO BRASIL**  
**ANÁLISE ECONÔMICA DE OPORTUNIDADES PARA PAUTAR PLANOS DE**  
**MARKETING**

Monografia apresentada à Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade, sob orientação do professor Newton Duarte Molon.

BRASÍLIA, 2019

**BANCA EXAMINADORA**

---

Newton Duarte Molon

---

Maria Fernanda D'angelo Valentim Abreu

---

Elen Cristina Geraldes

---

Maria Letícia Renault Carneiro de Abreu e Souza



## **RESUMO**

O presente trabalho busca realizar um panorama econômico do setor de turismo brasileiro, em busca de tendências de desenvolvimento e oportunidades para novos negócios, servindo como base para a elaboração de planos de marketing no setor, a partir de uma pesquisa bibliográfica extensa de relatórios governamentais, relatórios internacionais, notícias e trabalhos acadêmicos relacionados.

**Palavras chave:** turismo - Brasil - oportunidades - tendências – análise - marketing

## **RESUME**

The present work seeks to create an economic panorama of the Brazilian tourism sector, in search of development trends and opportunities for new business, working as a study base for marketing plans in this economic sector, from an extensive bibliographical research of governmental reports, international reports, news and related academic works.

**Keywords:** tourism - Brazil - opportunities - trends – analysis - marketing



*“Um dos elementos fundamentais da motivação turística, a curiosidade, leva as pessoas a observar baleias nos mares de várias regiões do planeta; a fotografar a vida selvagem no continente africano; a experimentar comidas exóticas diferentes daquelas que elas comem no seu cotidiano; a escalar montes no Himalaia, nos Alpes ou nos Andes; a descer as corredeiras nos rios mais caudalosos do mundo; a praticar surfe nas praias do Havaí, da Polinésia ou do Rio de Janeiro. Enfim, são inúmeras as atividades econômicas, as quais geram e consomem imensos recursos financeiros, além de calcular e manter um número incalculável de postos de trabalho, tornando o turismo o fenômeno econômico mais importante do mundo.”*

- Reinaldo Dias e Maurício Cassar



## **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe, Sonia, maior apoiadora desse trabalho, que fez literalmente tudo que podia e mais um pouco para que eu pudesse concluir essa etapa. Aos meus irmãos, Thiago e Yuri, e ao meu primo Nathan, por me ajudarem com todas as crises de ansiedade e estarem sempre do meu lado. Ao meu pai, Claydson, por me auxiliar com estratégias de rendimento que não comprometessem a minha saúde física e mental. E aos amigos Adriana Nabuco, Carine Batista, Isabella Araújo, Victor Canella, Mariana Midori, Marília Matos, Gabriela Studart, João Pessina, Joana Pae, Luisa Rocha, Pedro Gabriel Canuto, Juliana Simões, Isis Aisha, Mateus de Castro, Laio Seixas, Clara Quentel, Thaís Rosa, Vitória Santos, Pedro Goulart, Beatrice Sens, Matheus Henrique, Juliana Mioranza, Tatyana Mendes e José Renato, minha segunda família, que acompanhou cada passo dessa jornada e a quem eu dedico todo o amor que houver nessa vida.

À professora Maria Fernanda, por acreditar no meu projeto, acreditar em mim, me fazer entender que eu precisava respeitar o meu tempo e também por indicar toda a bibliografia inicial. Ao professor Newton, por toda a paciência, compreensão e auxílio na organização e finalização do trabalho. À professora Letícia Renault, que desde a minha primeira graduação, acompanha tudo que eu faço, acredita no meu projeto de vida e sempre me incentiva a levar ele adiante. Aos professores Wagner e Selma, que mais do que aulas de laboratório, mudaram a minha forma de ver a vida, a minha profissão, e a forma como eu lido com as minhas dificuldades. Ao professor Edmundo, pela ajuda com a parte técnica de pesquisa. À professora Ellen, pois sem ela eu teria sido jubilada e não conseguiria formar. E à equipe da secretaria, Rogério, Chris e Rosinha, por sempre me socorrerem, desde o início da graduação, com absolutamente tudo.



## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
<b>1.1 Justificativa</b>	<b>20</b>
<b>1.2 Objetivo</b>	<b>22</b>
<b>1.3 Objetivos Específicos</b>	<b>22</b>
<b>1.4 Procedimentos Metodológicos</b>	<b>23</b>
1.4.1 Quanto à Metodologia	23
1.4.2 Quanto aos Métodos	23
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>25</b>
<b>3. A ECONOMIA TURÍSTICA</b>	<b>31</b>
<b>3.1 Estrutura</b>	<b>34</b>
<b>3.2 Segmentação</b>	<b>36</b>
3.2.1 Ecoturismo	36
3.2.2 Turismo de Aventura	39
3.2.3 Turismo Cultural	42
3.2.4 Turismo de Estudos e Intercâmbio	46
3.2.5 Turismo Náutico	48
3.2.6 Turismo de Negócios & Eventos	50
3.2.7 Turismo de Pesca	53
3.2.8 Turismo Rural	55
3.2.9 Turismo de Saúde	58
3.2.10 Turismo Social	62
3.2.11 Turismo de Sol e Praia	64
<b>3.3 Indicadores de Crescimento</b>	<b>66</b>
<b>3.4 Níveis de Saturação</b>	<b>71</b>
<b>3.5 Mercado de Trabalho</b>	<b>75</b>
<b>4. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA</b>	<b>81</b>
	13

<b>4.1 Infraestrutura de Acesso</b>	90
4.1.1 Aeroportos	95
4.1.2 Rodovias	105
4.1.3 Ferrovias	114
4.1.4 Hidrovias	120
<b>4.2 Infraestrutura de Recepção</b>	124
4.2.1 Saneamento Básico	135
4.2.2 Energia Elétrica	143
4.2.3 Urbanização	153
<b>4.3 Infraestrutura de Comunicação</b>	196
<b>5. A COMUNICAÇÃO NO TURISMO</b>	209
<b>6. ANÁLISE</b>	249
6.1 Panorama Nacional	252
6.2 O Problema da Infraestrutura	256
6.3 Sugestões para gestão de crise	262
6.4 O Turismo como Protagonista	276
6.5 A Comunicação Turística	281
<b>7. CONCLUSÃO</b>	287
<b>8. BIBLIOGRAFIA</b>	293
8.1 Referencial Teórico	293
8.2 Comunicação no Turismo	293
8.3 Pesquisa de Campo	298

## 1. INTRODUÇÃO

O início do turismo, no modelo em que conhecemos hoje, se deu em 1841, quando o empresário Thomas Cook organizou uma viagem para 570 pessoas que participariam de um congresso em Longhborough, Inglaterra. Ele preparou pequenos lanches, chás e pedaços de presunto, contratou uma banda para tocar durante toda a viagem, e garantiu uma atividade de entretenimento local, a possibilidade de participar de um jogo de críquete. (MONTEJANO, 1999, apud DIAS e CASSAR, 2005, p.7) “A iniciativa teve tanto sucesso, que Cook resolveu transformá-la em negócio e, assim, criou uma empresa que oferecia pacotes de viagem e circuitos turísticos para a classe média inglesa”. (DIAS e CASSAR, 2005, p.7) Esse formato de negócio se popularizou e, como consequência, “houve um aumento do fluxo de pessoas que viajavam sem ter outro interesse senão descansar, divertir-se e ampliar o seu horizonte cultural”. (DIAS e CASSAR, 2005, p.7)

Mas foi apenas em 1960, mais de um século depois, que a atividade foi inserida pela primeira vez na agenda política global, com a Conferência internacional das Nações Unidas “Travel and Tourism”, o que estabeleceu sua importância para a economia mundial e ressaltou a necessidade de elaborar políticas públicas para o segmento. Sete anos depois, foi comemorado o “Ano do Turismo Mundial” e, em 1974, foi criada a Organização mundial do Turismo (OMT) “com o objetivo de promover e desenvolver o turismo, para contribuir com o desenvolvimento econômico, a compreensão internacional, a paz, a prosperidade e o respeito universal, a observância dos direitos humanos e as liberdades fundamentais para todos, sem distinção de raça, sexo, língua ou religião.” (DIAS e CASSAR, 2005, p. 64)

No ano 2000, um pouco mais de 650 milhões de pessoas viajaram em todo o mundo, o que equivale a 10% da população mundial, e esse número tem crescido de maneira exponencial. A Figura 1, abaixo, retirada da Estatística Básica de Turismo 2016, mostra que a quantidade de chegadas de turistas ao redor do mundo cresceu 24,8% entre 2010 e 2015, e a Organização Mundial do Turismo prevê, para 2018, um aumento de 4% no número de turistas, além de afirmar que até 2030, o número de turistas internacionais atingirá a marca de 1,8 bilhão. Segundo dados do Ministério do Turismo, esse setor da economia foi responsável, em 2017, por 10% do Produto

Interno Bruto - PIB<sup>1</sup> mundial, 1/10 dos empregos diretos, indiretos e induzidos, 1,4 trilhões de dólares em exportações e 30% das exportações de serviço.

Figura 1 - Fluxo receptivo internacional

## I - Turismo no mundo

### 1. Fluxo receptivo internacional

#### 1.1 - Chegadas de turistas internacionais no mundo por regiões e sub-regiões - 2010-2015

Regiões e sub-regiões	Turistas (milhões de chegadas)					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Mundo</b>	<b>950,1</b>	<b>994,2</b>	<b>1.040,6</b>	<b>1.088,5</b>	<b>1.134,2</b>	<b>1.186,2</b>
<b>Europa</b>	<b>489,4</b>	<b>520,6</b>	<b>541,1</b>	<b>567,1</b>	<b>580,2</b>	<b>607,7</b>
Europa do Norte	62,8	64,5	65,6	67,2	70,8	75,9
Europa Ocidental	154,4	160,4	166,2	170,8	174,4	180,0
Europa Central/Oriental	98,9	108,8	118,9	128,1	120,2	126,6
Europa Meridional/Mediterrâneo	173,3	186,9	190,4	201,0	214,8	225,2
<b>Ásia e Pacífico</b>	<b>205,5</b>	<b>218,4</b>	<b>233,8</b>	<b>250,0</b>	<b>264,4</b>	<b>279,2</b>
Ásia Nordeste	111,5	115,8	122,8	127,0	136,3	142,1
Ásia Sudeste	70,5	77,8	84,9	94,5	97,3	104,6
Oceania	11,4	11,5	11,9	12,5	13,3	14,2
Ásia Meridional	12,1	13,3	14,2	16,0	17,5	18,3
<b>Américas</b>	<b>150,1</b>	<b>155,6</b>	<b>162,7</b>	<b>167,6</b>	<b>181,9</b>	<b>192,6</b>
América do Norte	99,5	102,2	106,4	110,2	120,9	127,6
Caribe	19,5	19,9	20,6	21,1	22,3	23,9
América Central	7,9	8,3	8,9	9,1	9,6	10,3
América do Sul	23,2	25,2	26,8	27,2	29,1	30,8
<b>África</b>	<b>50,4</b>	<b>50,1</b>	<b>52,4</b>	<b>54,7</b>	<b>55,3</b>	<b>53,4</b>
África do Norte	19,7	18,0	19,6	20,7	20,4	18,0
África Subsaariana	30,7	32,1	32,8	34,0	34,9	35,4
<b>Oriente Médio</b>	<b>54,7</b>	<b>48,5</b>	<b>50,6</b>	<b>49,1</b>	<b>52,4</b>	<b>53,3</b>

Fonte: Organização Mundial do Turismo - OMT.

Notas: 1. Dados de 2010 a 2014 revisados.

2. Dados de 2015 preliminares.

Fonte: *Estatística Básica de Turismo 2016/MTur*

“Podemos afirmar que o turismo está assumindo um papel tão destacado nos dias atuais que já é possível compará-lo ao papel da indústria de transformação ao longo da maior parte do século XX” (DIAS e CASSAR, 2005, pág. X do prefácio). Os autores do livro *Fundamentos do Marketing Turístico* já garantiam, há mais de 10 anos, que o turismo seria uma das maiores atividades econômicas do planeta,

<sup>1</sup> Produto Interno Bruto, segundo a Wikipédia: O produto interno bruto (PIB) representa a soma (em valores monetários) de todos os bens e serviços finais produzidos numa determinada região (quer sejam países, estados ou cidades), durante um período determinado (mês, trimestre, ano etc). O PIB é um dos indicadores mais utilizados na macroeconomia com o objetivo de quantificar a atividade econômica de uma região.

superando todos os setores tradicionais. Com os avanços tecnológicos proporcionados pela Segunda Guerra mundial, somados ao aumento de acordos diplomáticos e comerciais, à liberalização do comércio mundial e a difusão territorial do consumo; o processo de globalização<sup>2</sup> trouxe uma profunda aproximação dos diferentes pontos do planeta, interconectados via rede de telecomunicações e meios de transporte cada vez mais velozes e seguros. (DIAS e CASSAR, 2005, pág. X do prefácio)

A flexibilização do trabalho nos diversos setores produtivos, o aumento de tempo livre, as novas facilidades de crédito e a redução do custeio de deslocamento também incorporaram novas camadas sociais em um setor primariamente elitizado, aumentando significativamente a busca por novos lugares e experiências e tornando a prática de viajar um fenômeno de massas. Nesse cenário, o turismo retoma um papel a ele designado em meados dos séculos XVII e XVIII, só que dessa vez abrangendo uma parcela significativamente maior da sociedade: “a função de educar, aprofundar o processo de socialização dos indivíduos e dos grupos sociais humanos, com o aumento da interação e o intercâmbio de ideias e informações.” (DIAS e CASSAR, 2005, p.4) Os autores ainda acrescentam:

O movimento de pessoas por meio do turismo aproxima indivíduos de lugares distantes, intensifica as mudanças de hábitos, facilita a comunicação de diferentes povos, estabelecendo-se regras de convivência e compreensão entre a diversidade étnica e racial do planeta. Nesse sentido, pode-se falar do turismo como uma das faces da globalização, de intensificação da redução ou da eliminação de barreiras nacionais, não só para o aumento do fluxo de bens e mercadorias, mas também para a diminuição da opressão de culturas dominantes que se estabeleceram nos atuais estados nacionais e que

---

<sup>2</sup> Globalização - Dicionário Michaelis Online:

1 Ação ou efeito de globalizar(-se).

2 Integração entre os mercados produtores e consumidores de diversos países graças ao desenvolvimento e barateamento dos custos de transporte, aos importantes avanços tecnológicos dos meios de comunicação, que reduziram significativamente o tempo e a distância (rede de computadores, satélites etc.), e ao surgimento e à ação de empresas multinacionais, integrando as economias e tornando o mundo um mercado único imenso.

3 União dos mercados de diferentes países e a quebra de fronteiras entre esses mercados.

4 Processo pelo qual a arte, a cultura, a música, o comportamento, o vestuário dos indivíduos de um país sofrem e assimilam as influências de outros, devido ao desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, tornando o mundo unificado em uma grande “aldeia global”, termo criado pelo escritor canadense Marshall McLuhan (1911-1980) nos anos 1960.

sufocavam as manifestações culturais que expressavam a diversidade.(DIAS e CASSAR, 2005, p.5)

A indústria de lazer com base no turismo também tem ganhado uma importância fundamental como atividade econômica global, assumindo um caráter vital para o desenvolvimento de muitos países e regiões. Desde 1950, na medida em que a atividade turística avançou, foi acompanhada de toda uma indústria de cadeia produtiva extensa, envolvendo desde meios de transporte até construção civil, indústria têxtil, indústria alimentícia, comércio e serviços. Todos os setores que lucram com a presença de visitantes passaram a realizar pesquisas e desenvolver novas formas de manter os turistas confortáveis e acomodados, além de desenvolver estratégias para acabar com a sazonalidade das demandas, que a princípio só viajavam em família e em período de férias escolares. (DIAS e CASSAR, 2005)

O Brasil começou a abordar os impactos do turismo na economia a partir da década de 1960, com a criação do Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) mas o lançamento do primeiro Plano Nacional de Turismo, só foi lançado em 2003, com a criação do ministério para o setor. O objetivo era desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando as diversidades regionais, culturais e naturais; e estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional. O Anuário Estatístico de Turismo 2017 classifica o Brasil em 44º lugar no rank de principais países receptores de turistas e os gráficos apontam um crescimento vagaroso, porém estável do turismo brasileiro: em 2016, foram 6,6 milhões de chegadas contabilizadas em aeroportos, portos e rodoviárias, 300 mil a mais do que no ano anterior.

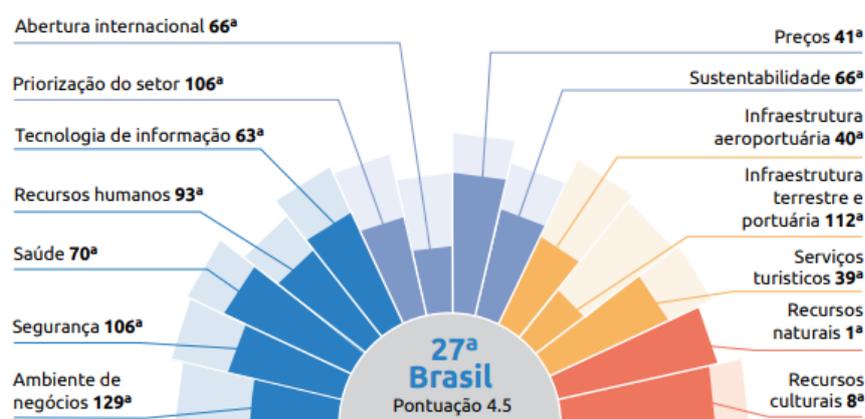
O Plano Nacional 2018-2022 possui quatro metas bem específicas: aumentar a entrada anual de turistas estrangeiros de 6,5 para 12 milhões; aumentar a receita gerada pelos visitantes internacionais de US\$ 6,5 para US\$ 19 bilhões; ampliar de 60 para 100 milhões o número de brasileiros viajando pelo país; e ampliar de 7 para 9 milhões o número de empregos no turismo. A expectativa de aumento do capital financeiro envolvido em atividades turísticas, assim como a de brasileiros viajantes, são bem altas para tão pouco tempo, mas a Figura 2, que representa as classificações do Brasil em indicadores de competitividade internacional, deixa claros os motivos por trás de metas tão significativas. As melhores colocações do país são em recursos naturais, recursos culturais e serviços turísticos, ou seja, há muito a ser explorado e

desenvolvido nesse âmbito. Fica claro que o ramo turístico é o de maior potencial no país, e uma das melhores apostas para o desenvolvimento econômico nacional.

Para se ter uma ideia da dimensão e do potencial do mercado doméstico, atualmente, somente 60 milhões de brasileiros, menos de um terço da população, viajam pelo país. Outros 40 milhões têm potencial para viajar se alguns ajustes forem feitos para tornar o mercado mais competitivo, como por exemplo, o aumento da oferta de voos e rotas, uma das medidas previstas no pacote de medidas Brasil + Turismo. (PLANO NACIONAL DE TURISMO, p. 50)

Figura 2 - Classificação do Brasil nos indicadores de competitividade internacional

Figura 5 - Classificação do Brasil nos indicadores de competitividade internacional



Fonte: Fórum Econômico Mundial, 2017.

Fonte: Plano Nacional de Turismo 2018-2022/MTur

Sendo o setor um dos que mais cresce, tanto no cenário internacional quanto no nacional, e o mais propício a gerar retornos econômicos para o país, ele se torna um grande atrativo de novos negócios, modelos de gestão inovadores, políticas públicas de integração e empreendimentos variados. Logo, o turismo se torna também um foco de oportunidades para os profissionais de comunicação, tanto pública quanto privada, e faz necessário compreender quais são os possíveis espaços que podem ser explorados por esse tipo de serviço. Assim, este trabalho pretende investigar o espaço mercadológico do setor, sua estrutura econômica, as variáveis que influenciam tanto sua estabilidade quanto seu desenvolvimento, as previsões de auxílio governamental para os próximos anos e as tendências empresariais, para mapear oportunidades de atuação e elaboração de projetos comunicacionais.

## 1.1 Justificativa

Há 20 anos atrás, a principal forma de levar conteúdo a um público massivo era através de comerciais em veículos de comunicação, como TV, jornais, revistas e rádio. Esse modelo funciona como um aluguel de espaço na programação de empresas emissoras que produzem conteúdo criativo, artístico ou interativo, como novelas, crônicas, palestras, reality shows, competições, entre outros. Elas reúnem um público interessado nesses programas e os anúncios são uma forma de bancar sua produção e obter lucro. No entanto, esse formato de negócio condiz com uma situação de mercado na qual prevalece a escassez da informação, ou seja, poucos grupos de mídia, poucos meios de produção de conteúdo e uma grande demanda disponível. (SIQUEIRA, 2016, p.XIII).

Do início do século XXI para os dias atuais, a tecnologia da informação teve um avanço extremamente rápido e agora permite uma multiplicidade de formas de conexão e interatividade entre os indivíduos, além de ter democratizado os meios de produção de conteúdo, fornecendo computadores, câmeras e celulares baratos, internet de baixo custo e fontes abertas de acesso à rede. “Scott McNealy (O CEO da Sun Microsystems) intitula isso como a era da participação, onde as pessoas criam e consomem notícias, ideias e entretenimento. Isso acaba transformando as pessoas de consumidores para *prossumidores* (produtores + consumidores). As mídias sociais contribuem para toda essa transformação e os blogs também entram na lista” (REZ, 2016, p.50).

Essa situação expansiva também se refletiu nas estratégias de marketing do século XXI e na produção informacional: devido ao excesso de conteúdo, a lógica da internet extingue o sentido de consumir algo que não se deseja (GUIMARÃES, 2016, p.6). “Com o crescimento da Internet, saímos da escassez para a abundância da informação. Todo mundo pode ser uma TV em potencial, uma revista em potencial, um palestrante em potencial. Todo mundo pode criar algo relevante, que atrai atenção, que conquista audiência” (SIQUEIRA, 2016, p.XIII).

O que esse novo contexto traz não é só a oportunidade como também a necessidade que toda empresa passa a ter de se tornar, na prática, também uma empresa de mídia. Ela mesma cria o conteúdo e engaja a audiência que precisa para oferecer seu produto e gerar mais vendas. Não é preciso mais ficar pagando ao intermediário por um

aluguel temporário: é possível criar a base própria, um ativo permanente e uma barreira competitiva. (SIQUEIRA, 2016, p.XIII)

A disponibilidade e acessibilidade a uma gama enorme de conteúdos múltiplos e variados acabou por gerar uma tendência à especialização: as pessoas passaram a poder escolher detalhadamente sobre o que elas querem se informar e não estão mais tão dependentes da agenda selecionada por canais de televisão e jornais impressos. Seus gostos passaram a ser incentivados de maneira cada vez mais específica. (GUIMARÃES, 2016, p.6)

Isso acabou por fazer com que o processo de divisão e segmentação de mercados em nichos fosse catalisado e agora o que faz sentido é focar em informação criativa e relevante, ao invés do discurso publicitário frio e chamativo (REZ, 2016, p.35). Assim, surgiram novas possibilidades de trabalho dentro do setor de comunicação, principalmente com a criação de novos cargos e profissões, tais como gerente de mídias sociais, produtor de vídeos para *web*, *webdesigner*, produtor de conteúdo empresarial, *digital influencer*, etc. Também foram modificados conceitos básicos, como distâncias, velocidades, atualidades, o que acarretou também em novos formatos de contrato, com diferentes cargas horárias, modelos de pagamento, tipos de relacionamento com as equipes e com os contratantes, e principalmente em novas maneiras de empreender como profissional autônomo sem a necessidade de grandes investimentos iniciais.

E uma vez que o turismo é a atividade econômica que mais cresce, ano a ano, com previsões de ser a maior promessa econômica das próximas décadas, a tendência é que haja um número cada vez maior, tanto de agentes quanto de consumidores, divulgando informações sobre os recursos naturais e culturais existentes nos mais variados locais, além de outros fatores como infraestrutura, segurança e organização, realizando descrições mais especializadas, detalhadas e pessoais sobre pontos incomuns ou desconhecidos; assim como turistas aperfeiçoando cada dia mais o hábito de pesquisar essas informações antes de tomar qualquer decisão (DIAS e CASSAR, 2005, p.229). Nesse cenário, é preciso compreender como tem funcionado o setor e quais são as tendências econômicas para os próximos anos, para que seja possível explorar os espaços disponíveis para profissionais de comunicação e identificar oportunidades de negócio, assim como brechas para novos modelos de empreendimento.

## **1.2 Objetivo**

Este trabalho tem por objetivo elaborar uma pesquisa econômica sobre o setor de turismo brasileiro, identificando sua estrutura, seus componentes e também seus principais fatores de influência; para compreender como ele tem funcionado nas últimas duas décadas e quais são as tendências para os próximos anos, os investimentos previstos e as estratégias de desenvolvimento. Assim, o resultado será um panorama completo do setor, que irá servir como base para planos de marketing no setor e também permitirá a identificação de oportunidades para profissionais de comunicação.

## **1.3 Objetivos Específicos**

Realizar um panorama econômico do setor de turismo exige algumas tarefas mais pontuais, a serem listadas a seguir:

- Mapear o tamanho do setor e como é organizada a sua estrutura
- Detalhar o funcionamento de seus principais componentes
- Descobrir como é o mercado de trabalho
- Identificar os principais comportamentos dos turistas
- Identificar quais são os principais fatores que influenciam diretamente o setor
- Traçar um histórico de cada fator de influência e identificar as tendências para o atual governo
- Analisar todos os dados e montar um quadro de oportunidades

## **1.4 Procedimentos Metodológicos**

O projeto é dividido em duas etapas, sendo a primeira uma pesquisa descritiva, por consistir na leitura, organização e interpretação de dados sobre setor de turismo como um todo, assim como o detalhamento dos seus principais elementos. Já a segunda, pode ser caracterizada como uma pesquisa analítica, por ter como objetivo avaliar um conjunto de dados, identificar padrões e apontar seus principais problemas e vantagens competitivas, estabelecendo um panorama de oportunidades de atuação para os profissionais de comunicação.

### **1.4.1 Quanto à Metodologia**

A pesquisa é analítica experimental quantitativa-qualitativa. Analítica por envolver o estudo e avaliação aprofundados de bibliografia sobre economia turística e seus principais elementos. Experimental por se propor a realizar a elaboração de uma matriz de ameaças e oportunidades, com base nos conceitos adquiridos e, por fim, quantitativa-qualitativa por basear sua análise em valores tanto mensuráveis, como fluxo de turistas internacionais, participação no PIB, investimentos, entre outros; quanto valores não-mensuráveis, por exemplo qualidade de vida da população, políticas públicas, contratos de trabalho, etc.

### **1.4.2 Quanto aos Métodos**

O presente trabalho irá utilizar análise de bibliografia aplicada em um estudo de caso. Serão estudadas as referências bibliográficas disponíveis em arquivos oficiais do governo, estudos acadêmicos e notícias sobre o setor turístico brasileiro e seus principais componentes. E as conclusões serão aplicadas a uma matriz de ameaças e oportunidades, direcionada para os profissionais de comunicação que desejem trabalhar com viagem e turismo, tanto no setor público quanto no privado, e até mesmo empreendendo.



## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Kotler, considerado pai do marketing moderno, o define como sendo “a atividade humana dirigida para a satisfação das necessidades e desejos, através dos processos de troca” (KOTLER, 1996, p.30) e em seguida afirma que o ponto de partida para os estudos de marketing está nas necessidades e desejos humanos, confirmando o pensamento de Dias e Cassar (2005). Esses autores inclusive utilizam a definição do livro *Administração de Marketing* (1996) ao abordar o conceito de mercado em sua obra: “consiste em todos os consumidores potenciais que compartilham uma necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados a fazer uma troca que satisfaça essa necessidade ou desejo” (DIAS e CASSAR, 2005, p. 107). Cobra (1990), no entanto, vai um pouco além em sua descrição:

Já Cobra coloca que o papel do marketing é identificar necessidades não satisfeitas, de forma a colocar no mercado produtos ou serviços que proporcionem satisfação aos consumidores, gerem resultados satisfatórios aos acionistas ou proprietários das empresas, e ainda ajudem a melhorar a qualidade de vida das pessoas e da comunidade em geral. (COBRA, 1990, p.35 apud. DIAS e CASSAR, 2005, p.43)

Apesar do marketing ser uma das disciplinas de ação mais recente do homem, é considerada por Kotler (1996) uma das mais antigas profissões do mundo, existindo desde o tempo de trocas simples entre senhores feudais, passando pelo estágio da economia monetária, até os complexos sistemas de marketing de nossos dias. No entanto, a sua caracterização como estudo científico dos processos e relações de troca foi reconhecida formalmente apenas no início do século XX, com as estratégias de recuperação da economia mundial após a crise de 1929.

A origem desse novo conceito de marketing pode ser encontrada na obra *A Riqueza das Nações* (1776), do liberal Adam Smith, que baseia sua fundamentação teórica na chamada “mão invisível da economia”, cujo pressuposto é de que o bem-estar social passa pela auto-regulação voluntária e competitiva entre os interesses de produtores e consumidores. O livro aborda a teoria da escolha individual, que pode ser resumida em três pontos principais: (a) as pessoas buscam experiências que valham a pena; (b) a satisfação dos objetivos individuais se dá por meio das trocas e da livre concorrência; e (c) as pessoas são responsáveis pelas suas ações e escolhem o que é melhor para elas, o que o autor chama de princípio da soberania do consumidor.

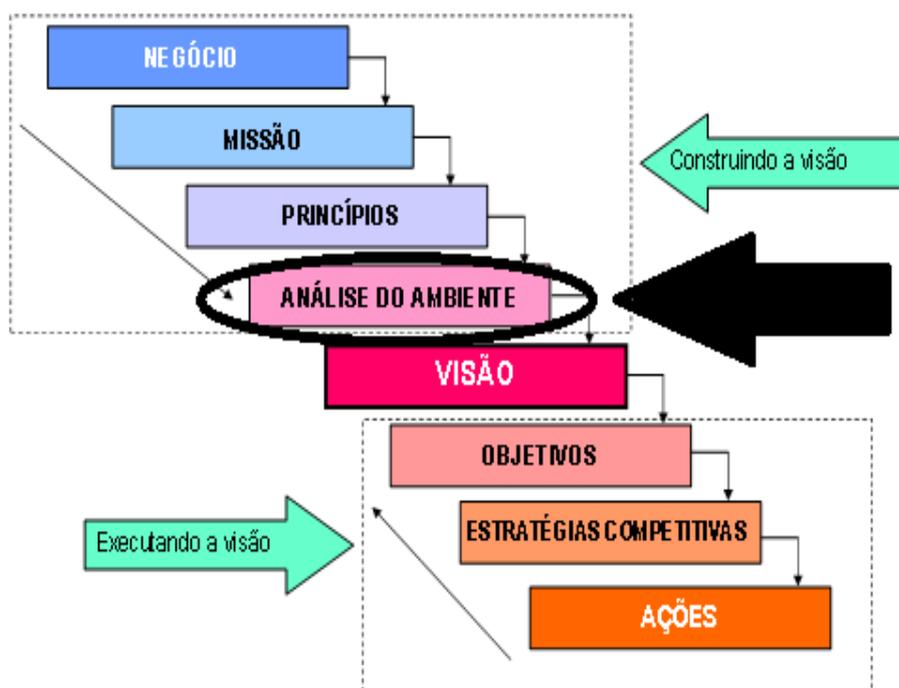
Sendo assim, López (1992), seguindo a definição de Kotler (1996) e o raciocínio de Smith (1776), conclui que para haver um mercado, são necessárias três condições: (a) que exista uma necessidade; (b) que exista um desejo de satisfazê-la; (c) que as condições de satisfação não sejam prejudiciais ao consumidor, o que o autor define como capacidade aquisitiva ou capacidade de crédito (LÓPEZ, 1992 apud DIAS e CASSAR, 2005). E uma vez que as necessidades existentes no mercado podem ser consideradas oportunidades de negócio, é preciso realizar um processo de pesquisa de mercado e planejamento, para identificá-las e propor soluções diferenciadas, que sirvam de suprimento e atraiam o público interessado.

Dantas (2012) define planejamento como a escolha de um caminho para se chegar a um objetivo. “É um processo de decisão, desenvolvido para o alcance de uma situação desejada do modo mais eficiente, eficaz e efetivo possível, com a melhor concentração de esforços e recursos pela empresa” (DANTAS, 2012, p.5). Zavaglia (2003) trata como um instrumento que ordena conceitos, alternativas, recursos e atividades para se alcançar objetivos propostos através dos caminhos pelos quais o risco seja o menor possível e esteja devidamente controlado, por meio da análise de opções e do levantamento de hipóteses possíveis (ZAVAGLIA, 2003, p.125 apud DIAS e CASSAR, 2005, p. 85). Dantas (2012) acrescenta ainda que a diferença de um planejamento qualquer para o planejamento estratégico de uma empresa é “o fato de este último levar em conta os pontos fortes e fracos da organização e centrar seu foco no longo prazo” (DANTAS, 2012, p.5). O modelo estratégico mais utilizado pelas organizações em geral define três fases fundamentais do planejamento (DANTAS, 2012, p.12):

- Análise estratégica: que visa fundamentalmente a elaboração de um diagnóstico exaustivo da situação da organização no nível interno (dotação de meios técnicos e humanos, análise dos processos produtivos, avaliação da eficiência produtiva etc.) e no nível externo (avaliação das tendências macroeconômicas da economia, análise da relação com os clientes, fornecedores e outras entidades externas etc.). Neste contexto, a análise estratégica tem como objetivo identificar as vantagens comparativas da organização face à sua concorrência.

- Formulação da estratégia: que engloba genericamente a definição da missão e dos objetivos estratégicos da organização para um horizonte de tempo mais longo, bem como das estratégias mais específicas a serem utilizadas para a consecução desses objetivos.
- Organização e implementação da estratégia: que faz a ligação com os aspectos relacionados à operacionalização da estratégia e engloba, entre outros aspectos, a definição da estrutura organizacional e das políticas de gestão a serem seguidas em termos das respectivas áreas.

Figura 3 - Processo de planejamento



Fonte: Livro *Manual Realmente Prático para a Elaboração de Plano de Marketing*/DANTAS

A base para a elaboração de um plano de marketing, considerada por Dantas (2012) como um de seus itens centrais, como é possível observar na Figura 3, é a combinação de informações relevantes: dados históricos, previsões, detalhes sobre a concorrência, informações relevantes sobre os produtos disponíveis no mercado (como são distribuídos, quem são os consumidores e com que frequência utilizam esses produtos, se utilizam apenas uma marca ou várias, e por que fazem suas escolhas), perfil dos consumidores, descrição do ambiente econômico e de negócios,

fatores políticos, fiscais, ambientais, sociais ou culturais que possam afetar a empresa (WESTWOOD, 2007, p.13-30). Esses dados são recolhidos e compõem um documento chamado pesquisa inicial ou pesquisa de mercado. “A pesquisa de mercado é utilizada para” (WESTWOOD, 2007, p.30):

- proporcionar uma descrição do mercado
- monitorar como o mercado se altera
- decidir sobre as atitudes que serão tomadas por uma empresa e avaliar seus resultados.

Um documento completo deve conter necessariamente uma pesquisa de gabinete, que consiste na busca por documentos e fontes públicas de informação, como estatísticas governamentais, informações empresariais, catálogos comerciais, histórico de associações comerciais, relatórios disponíveis sobre o assunto, relatórios financeiros para a comissão de valores mobiliários (CVM), demonstrativos na bolsa de valores, e outros documentos oficiais de fontes econômicas, como serasa, exame maiores e melhores, ministério do desenvolvimento, SEBRAE, INPI, IBGE, SEN, CNAE, Banco Mundial e sites de pesquisa de mercado (WESTWOOD, 2007, p.42). As principais áreas cobertas pelos relatórios de mercado são: histórico do mercado, estrutura do mercado, tamanho do mercado, dados sobre as principais empresas do mercado, tendências de mercado, canais de distribuição, recentes desenvolvimentos de mercado e futuros desenvolvimentos de mercado (WESTWOOD, 2007, p.45). Westwood (2007), dá dicas de onde encontrar relatórios:

Há uma série de empresas especializadas em executar pesquisas e publicar relatórios. Algumas delas são IBOPE, Latin Panel, Euromonitor, Ipsos, Data Market, Larc, Research International e TNS Interscience. Elas publicam, em seus sites, as listas dos relatórios disponíveis. Os relatórios têm abrangências tão diversas quanto “Analgésicos no Brasil” e “Retrato da Indústria da Construção no Brasil”, e incluem informações sobre o mercado, sua segmentação, os produtos, a concorrência, os sistemas de distribuição e o consumidor. A maioria dos relatórios atualmente está disponível também para download pela internet. (WESTWOOD, 2007, p.42)

Visto que, hoje, “não é possível dirigir uma organização de vendas, ainda que pequena, ou mesmo preparar uma previsão de vendas, sem gerar alguma forma rudimentar de plano de marketing” (WESTWOOD, 2007, p.13), uma vez que ele

“constitui, juntamente com os demais planos da empresa, um dos pilares do plano estratégico, pois determina, através de estudos de mercado, até mesmo o que, como e quando será produzido um bem, serviço ou ideia para a posterior venda a indivíduos ou grupos de interesse da empresa ou organização” (DANTAS, 2012, p.21); um panorama do setor turístico brasileiro será primordial tanto para as empresas já existentes quanto para a elaboração de futuros negócios, servindo como diagnóstico de panorama externo e base para a identificação de oportunidades e ameaças a serem enfrentadas pelos empreendedores. Além disso, é uma pesquisa interessante para agentes políticos responsáveis pela elaboração de projetos para o desenvolvimento nacional, pois identifica os pontos de maior necessidade de atuação.



### 3. A ECONOMIA TURÍSTICA

Segundo Dias e Cassar, autores do livro *Fundamentos do Marketing Turístico* (2005, p.56 e p.85), o sistema turístico pode ser abordado como um sistema econômico industrial integrado, do qual participam empresas de serviços variados (alojamento, transporte, alimentação, lazer, estética, limpeza, saúde, etc.); construção civil voltada para manutenção, infraestrutura e segurança; e comércio de bens utilizados pelos turistas, que vão desde compras de supermercado a artesanato, tecnologias, vestuário e qualquer outro item de interesse. O Conselho Mundial de Viagem e Turismo define:

Economia do Turismo se refere ao Produto Interno Bruto (PIB) direto e indireto, também conhecido como valor-adicionado, e os empregos a associados à demanda de Viagem e Turismo. Esta é a mais ampla medida da contribuição do setor turístico à economia residente. Estabelecimentos nesta categoria incluem os setores manufatureiro, de construção, governamental, etc. que estão associados com investimento de capital, serviços governamentais e exportações não relacionadas aos visitantes, como aviões, combustíveis e navios de cruzeiro. (WTTC, 2007)

O relatório turístico *Tourism Highlights 2018 edition*, da Organização Mundial do Turismo nas Nações Unidas (UNWTO), aponta que a atividade conta com 1,4 bilhões de turistas, com previsão de 3% de crescimento para o ano seguinte, e representa 10% do PIB global (*GDP - Gross Domestic Product*). O turismo é uma das principais categorias de comércio de serviços internacional pelos últimos 5 anos, ficando em terceiro lugar nesse ranking, atrás somente de combustíveis e químicos, e sendo, em muitos países, líder no ranking nacional. Além da receita arrecadada pelos destinos, o turismo internacional gerou US\$ 211 bilhões em exportações por meio de passageiros, dando um total de US\$ 1.6 trilhões em exportações, uma média de US\$ 4 bilhões por dia. Isso equivale a 30% das exportações mundiais de bens e serviços e a 7% das exportações mundiais. A Figura 4 apresenta os principais indicadores do turismo mundial, segundo o relatório de 2018, assim como as principais causas com as quais a atividade contribui, sendo elas: preservação cultural, proteção do meio ambiente, paz e segurança, geração de empregos, crescimento da economia e desenvolvimento das nações.

Figura 4 - Principais indicadores do turismo mundial



Fonte: *Tourism Highlights 2016 edition*/UNWTO

Se tratando de economia brasileira, o turismo é o quinto item na balança de exportações nacionais, superando a exportação de automóveis, café e aviões. De acordo com a Organização Mundial do Turismo, em 2015 o Brasil ocupava o 41º lugar no ranking de países mais visitados do mundo e a sexta posição no ranking das economias turísticas. A participação direta do turismo foi de US\$ 56,8 bilhões em 2016, que equivale a 3,2% do PIB, enquanto a participação total do setor foi de US\$ 152,2 bilhões, um total de 8,5% do PIB Nacional. O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) estima um crescimento de 3,3% até 2027, atingindo uma contribuição de 9,1%, US\$ 212,1 bilhões. A Pesquisa de Impacto econômico do Turismo Brasileiro de 2017, realizada pelo Conselho Mundial de Viagem e Turismo,

coloca o Brasil em 11º lugar por contribuição direta do turismo para o PIB mundial, tanto direta quanto indiretamente, em 6º lugar na contribuição para o emprego e em 9º lugar no ranking de investimento em turismo.

Figura 5 - Participação das atividades econômicas no panorama nacional (2015)

GRÁFICO 1 – Pessoal ocupado dos setores de Serviços empresariais não financeiros, Comércio e Construção Civil (2009).



Fonte: Sistema de Contas Nacionais/IBGE.

Fonte: Sistema de Contas Nacionais/IBGE

A *Pesquisa Anual de Serviços 2007/2015* da Coordenação de Serviços e Comércio do IBGE, que apresenta o setor a partir da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) e utiliza os padrões internacionais definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), especifica o tópico “agências de viagens, operadores turísticos e outros serviços de turismo”, responsável por 0,6% da receita operacional líquida do país em 2015. A Figura 5, do Sistema de Contas do IBGE, apresenta a participação dos diversos setores na economia brasileira, com um detalhamento dos serviços por classificação de atividades específicas, das quais é possível inferir as relacionadas mais diretamente com turismo: comércio (28,8%), serviços prestados à família (8,1%), transporte e armazenagem (7,2%), alojamento e

alimentação (6,9%) e serviços de informação (3,3%); totalizando assim 54,3% de participação do turismo na economia brasileira de maneira indireta.

### **3.1 Estrutura**

Turismo, segundo a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização Mundial de Turismo (OMT), é a atividade do viajante que visita uma localidade fora de seu entorno habitual, por período inferior a um ano, e com propósito principal diferente do exercício de atividade remunerada por entidades do local visitado. Dessa definição, é possível inferir que qualquer localização pode ser classificada como um local turístico, desde que proporcione outras atividades além de trabalho. O conceito é extremamente abrangente e permite múltiplos formatos de inovação dentro do setor, situação que motivou o Ministério do Turismo a produzir, em 2010, um documento de classificação chamado *Segmentação do Turismo e o Mercado*, com o intuito de avaliar os destinos brasileiros a partir da oferta de atrativos, infraestrutura, serviços e produtos; e realizar uma comparação com os principais grupos de turistas e suas demandas. Dessa forma, os gestores públicos e privados de turismo, interessados em desenvolver o setor, poderiam ter uma noção do que é necessário oferecer e do que é necessário melhorar em cada tipo de localidade.

A publicação identifica quatro elementos básicos que compõem o setor: demanda (o conjunto de consumidores), oferta (o conjunto de produtos de um determinado local), espaço geográfico (onde ocorre o encontro entre oferta e demanda) e operadores de mercado (empresas que facilitam a interação entre os dois primeiros - operadoras, agências, transportadoras, órgãos públicos e órgãos de promoção). Dessa forma, turismo é compreendido como o encontro entre oferta e demanda, ou seja, o encontro entre consumidores, pessoas, e os produtos de um determinado local. Um produto, por sua vez, é a experiência da viagem de forma mais abrangente, considerando a hospedagem, as experiências gastronômicas, o transporte até lá e a locomoção interna, o atendimento recebido, as lembranças compradas e tudo o mais que seja relativo à sua permanência. Ou seja, é “a combinação entre os atrativos disponíveis em uma localidade com os equipamentos, serviços, e infraestrutura para disponibilizar para o visitante uma experiência de visitação prazerosa por um preço competitivo” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, pág. 27).

O órgão juntou os principais tipos de produto em categorias, com base em aspectos, características, atividades, tradições, serviços ou infraestrutura em comum, dando origem a onze segmentos turísticos considerados prioritários para o desenvolvimento do país, sendo eles: turismo cultural, turismo de pesca, turismo rural, turismo de aventura, ecoturismo, turismo náutico, turismo de sol e praia, turismo de estudos e intercâmbio, turismo de negócios e eventos, turismo social e turismo de saúde. Contudo, essas categorias não são excludentes e possuem função meramente organizacional. Uma localidade não necessariamente precisa se concentrar em apenas uma ou duas para desenvolver suas atividades turísticas, muito pelo contrário, elas devem ser combinadas e exploradas da melhor forma possível para atender as necessidades da demanda. Cada lugar precisa levar em conta também uma série de fatores que podem influenciar diretamente tanto na disposição de produtos quanto de clientes.

Os produtos são modificados com certa frequência, devido a agentes transformadores que atuam no cenário local, sendo eles: rivalidade entre os destinos com produtos semelhantes, o surgimento de novos concorrentes (locais pouco conhecidos que estão se estruturando, assim como empresas pequenas que estão crescendo), o surgimento de novos produtos ou modalidades substitutas que sejam mais atraentes do que o que é oferecido hoje, o modismo (a atração momentânea por determinado produto ou serviço, devido à influência de uma novela ou uma revista), as tendências (uma sequência de eventos com força e durabilidade que podem revelar como será o futuro do comportamento de consumo, como por exemplo mudanças políticas ou o envelhecimento da população), o poder de barganha dos compradores (que pode reduzir os preços de determinado serviço) e o poder de barganha dos fornecedores (se não há concorrência, os preços são extrapolados).

Além disso, é preciso adaptar a oferta para atender ao máximo de clientes possível, considerando os fatores que influenciam diretamente na demanda turística, ou seja, na quantidade de pessoas que efetivamente compram os produtos turísticos, realizam o deslocamento e consomem as ofertas disponíveis no local de destino. Existem quatro fatores principais: disponibilidade de tempo (algumas pessoas podem passar o mês viajando, outras só conseguem sair no final de semana, por exemplo), disponibilidade econômica (as pessoas separam montantes diferentes de dinheiro

para as atividades turísticas, algumas consideram como prioridade e outras acreditam que não é algo muito necessário), fatores demográficos (idade, gênero, estado civil e escolaridade influenciam nos gostos e interesses da demanda turística) e fatores sociais (o significado de viajar para determinado local varia de acordo com o círculo social de cada turista, logo, é preciso levar em conta o status que está sendo gerado com a compra dos produtos).

## **3.2 Segmentação**

A seguir, um detalhamento sobre os segmentos turísticos definidos pelo Ministério do Turismo como primordiais para o desenvolvimento do setor no âmbito nacional.

### **3.2.1 Ecoturismo**

As preocupações relacionadas à degradação do meio ambiente e à sustentabilidade alcançaram o setor turístico na década de 1970, quando representantes de 113 países se reuniram em Estocolmo para discutir as relações entre desenvolvimento, utilização de recursos naturais limitados e preservação da biodiversidade. Nessa época, o turismo de massa foi apontado como agressor das paisagens naturais e culturais, uma vez que as pessoas se deslocavam de cidades grandes, ambientes completamente degradados e que já exigiam uma mudança de conduta; para lugares remotos, com natureza conservada, onde chegavam e mantinham o mesmo comportamento que deteriorou seu local de origem. Assim, iniciou-se uma busca por novas maneiras de usufruir as paisagens rurais e naturais, florestas, regiões costeiras e demais ecossistemas, de forma sustentável e preservativa.

Os primeiros estudos brasileiros sobre ecoturismo são de 1985, quando o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) deu início ao Projeto Turismo Ecológico, que caracterizava a atividade por utilizar, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentivar sua conservação e buscar a formação de uma consciência ambientalista, promovendo o bem-estar das populações locais. Por sustentabilidade, entendemos a garantia de atendimento das necessidades da geração atual, sem comprometer os recursos disponíveis, garantindo assim, a satisfação das gerações futuras. Logo, “utilizar o patrimônio natural e cultural de forma sustentável representa

a promoção de um turismo “ecologicamente suportável a longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente equitativo para as comunidades locais” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, pág. 18).

Esse tipo de atividade turística ocorre em pequenas ou médias propriedades, com um fluxo reduzido de pessoas, e promove a integração entre os seres humanos e o ambiente, para uma relação vivencial com o ecossistema, com os costumes e com a história do local que está sendo visitado. É comum o acompanhamento de um guia especializado para contribuir com a experiência do visitante, estimulando percepções e sentidos, auxiliando na observação de seres vivos, contando lendas, histórias e curiosidades sobre o local, sua fauna e sua flora, e conscientizando o turista em relação à conservação daquele patrimônio. Também é necessário, para a correta denominação, que os benefícios resultantes do ecoturismo contemplem principalmente as comunidades receptoras, tornando-as protagonistas do processo de desenvolvimento da região.

Ao iniciar um empreendimento para desenvolver atividades ecoturísticas, é preciso planejar uma infraestrutura que fortaleça a identidade do território, mas que minimize os possíveis impactos negativos do fluxo de visitação e ao mesmo tempo não cause muita intervenção de equipamentos na paisagem. Os materiais, técnicas e procedimentos adotados devem se harmonizar com o estilo arquitetônico da região, assim como os serviços e produtos oferecidos devem estar de acordo e nos padrões de qualidade da cultura local. Também é necessário desenvolver um programa de educação ambiental, baseado no respeito às diferentes formas de vida, que afirme valores e ações que contribuem para uma sociedade mais sustentável, através da descoberta de diferentes estilos de vida, gastronomias, crenças, arquitetura, etc. Em outras palavras, despertar a consciência ambiental através do interesse pelas características locais e da vivência de experiências significativas e aprazíveis.

É importante ressaltar, contudo, que ecoturismo não é sinônimo de turismo sustentável, pois enquanto o primeiro é um segmento do turismo, o segundo se aplica a todos os tipos de turismo e em qualquer destino. Para uma atividade turística ser sustentável, é preciso apenas uma gestão de recursos econômicos e sociais que mantenha a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte à vida. Sendo assim, o ecoturismo é sim

sustentável, mas se caracteriza principalmente pelo contato com ambientes naturais, pelas atividades educacionais de conscientização e pela integração com as comunidades receptoras. São atividades características desse segmento:

- Observação de fauna e flora
- Observação de formações geológicas
- Visitas a cavernas e cachoeiras
- Observação astronômica
- Mergulho livre
- Caminhadas e trilhas
- Safaris fotográficos
- Visitas às comunidades anfitriãs para acompanhamento de atividades
- Acampamentos
- Visitas a instituições ambientais
- Atividades esportivas em ambientes naturais

Em 2008, 22,2% dos turistas internacionais que vieram ao país a lazer tinham como principal motivação o encontro com a natureza, ou ecoturismo, porcentagem que praticamente dobrou em relação a 2004 e se manteve estável na faixa dos 20% até 2017 (dado mais atual). Em 2010, o segmento apareceu como o segundo mais ofertado pelos operadores internacionais, sendo que em alguns países, como Estados Unidos e Itália, a proporção foi a mesma das ofertas de sol e praia, enquanto em outros lugares, como Reino Unido e Espanha, ele ficou em primeiro lugar. Já no mercado brasileiro, o interesse por ecoturismo aumenta de forma proporcional à renda e a pesquisa *Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro* de 2009 indica que 64,9% dos turistas nacionais daquele ano preferiam praia, 13,5% campo, 12% lugares históricos e 8,1% montanhas; todos ambientes em que se pode explorar o ecoturismo e oferecer atividades relacionadas.

Outro dado interessante é que 11% dos respondentes associavam turismo com beleza natural e essa foi a principal motivação de 33,9% para a escolha do destino da última viagem, além de aspecto mais marcante para 33,6%, seguido de praia (17,5%), cultura local (14,5%), perfil do local (14,4%) e gastronomia (5,8%), todos relacionados com ecoturismo e suas premissas. Em 2017, a modalidade teve um crescimento

súbito, a empresa de turismo CVC chegou a relatar um aumento de 60% na procura por atividades sustentáveis em lugares exóticos. O site de viagens Momondo também relatou, em 2018, que, de acordo com as suas pesquisas internas, cada vez mais os viajantes têm buscado por lugares inexplorados e culinárias autênticas, além de opções conscientes de transporte e acomodação. Todos esses dados indicam que a tendência é que o ecoturismo seja uma das modalidades mais exploradas pelo setor nos próximos anos.

### **3.2.2 Turismo de Aventura**

Quando o contato com a natureza passou a ser considerado uma forma de conscientização a respeito da sustentabilidade e da preservação de recursos, grupos de pessoas de diferentes idades e classes sociais começaram a desenvolver atividades imersas no natural, com a participação controlada em situações de risco, e definiram a prática como um estilo de vida. Na década de 1990, os primeiros equipamentos de segurança (capacetes, cordas, cadeiras de sustentação, entre outros) passaram a ser produzidos no Brasil e, em 1999, ocorreu a primeira feira organizada de turismo de aventura, com o objetivo de proporcionar a promoção e o conhecimento sobre o segmento. Em 2001, começaram a surgir algumas associações independentes e foi realizada a Oficina para a Elaboração do Plano Nacional de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Aventura, em Caeté, Minas Gerais. Dois anos depois, o Ministério do Turismo começou a trabalhar em um marco regulatório e definiu normas de segurança específicas para o segmento, em parceria com a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Apesar de, inicialmente, ter sido considerado como uma vertente do ecoturismo, o turismo de aventura hoje possui características estruturais e mercadológicas próprias. Ele compreende as viagens direcionadas a prática de atividades de aventura, de caráter recreativo e não competitivo, sendo que a intensa participação do turista como protagonista da vivência se torna a essência do segmento. E por atividades de aventura, entende-se que são desafios, com vários níveis de dificuldade e com riscos assumidos (isso significa que todas as partes envolvidas estão cientes e são responsáveis pelas possíveis inseguridades), que podem proporcionar sensações de liberdade, prazer, medo e superação, além de um estreitamento da relação positiva entre os participantes envolvidos e com o próprio

ambiente. Outra grande diferença em relação ao ecoturismo é que as atividades radicais podem ocorrer em qualquer tipo de espaço, tanto natural quanto construído, rural ou urbano. São exemplos de atividades turísticas de aventura:

- Arvorismo
- Bungee Jump
- Cachoeirismo
- Canionismo
- Caminhadas
- Hiking
- Cavalgadas
- Cicloturismo
- Espeleoturismo
- Escalada
- Montanhismo
- Off Road em 4x4
- Tirolesa
- Bóia-cross
- Canoagem
- Duck
- Flutuação/Snorkeling
- Kitesurf
- Mergulho
- Rafting
- Windsurf
- Balonismo
- Paraquedismo
- Voo livre

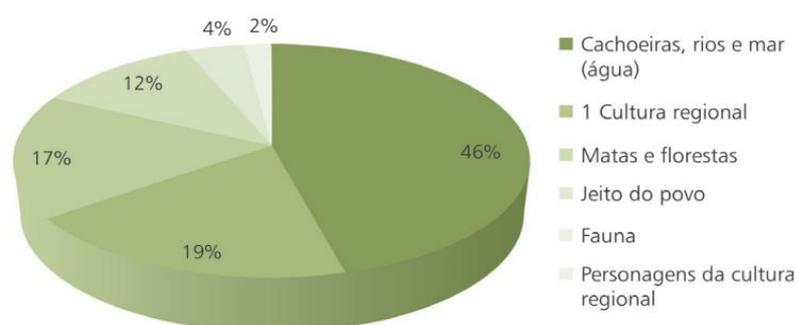
Cada dia mais, os turistas buscam por novas experiências, únicas, personalizadas e memoráveis, que os tirem da rotina e os façam vivenciar diferentes estilos de vida, principalmente aqueles que estão em maior contato com a natureza. O Brasil, por sua extensão e englobamento de diferentes ecossistemas, é um país muito rico de possibilidades para o novo viajante, e a visibilidade internacional já vem

aumentando desde 2009, quando foi eleito pela National Geographic Adventure como melhor destino para aventureiros e esportistas radicais. A revista, com mais de 2,4 milhões de leitores ao redor do mundo, apresentou alguns destinos como Fernando de Noronha, Amazônia, Chapada Diamantina, Chapada dos Veadeiros, Chapada dos Guimarães, Estrada Real, Florianópolis, Foz do Iguaçu, Mata Atlântica, Jalapão, Serras Gaúchas, Lençóis Maranhenses e Pantanal.

Em 2018, mais de 5 milhões de turistas visitaram o país em busca de destinos para a prática de exercícios ao ar livre e, segundo a Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), há mais de 2 mil empresas especializadas nesse segmento, faturando R\$500 milhões por ano e com mais de 5.300 clientes atendidos, cada. A pesquisa Perfil do Turista Brasileiro, de 2009, entrevistou cerca de mil pessoas que viajaram pelo país nos 12 meses anteriores e, destes, 72% haviam praticado ao menos uma atividade de aventura em suas viagens. Ao serem questionados sobre os aspectos mais valorizados no Brasil, 67% respondeu algum atrativo natural, como é possível observar na Figura 6, abaixo, o que mostra o potencial a ser explorado por esse tipo de atividade. “Diante disso e considerando o aumento da demanda nacional e internacional por tais experiências, o Ministério do Turismo considera o segmento de Turismo de Aventura como prioritário para investimentos em organização e estruturação” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, pág. 11).

Figura 6 – Aspectos mais valorizados no Brasil pelos turistas

Gráfico 2 – Aspectos mais valorizados no Brasil



Fonte: *Turismo de Aventura: Orientações Básicas*/MTur

### 3.2.3 Turismo Cultural

A cultura é o conjunto de todas as formas de expressão dos seres humanos, bem como as relações entre eles e deles com o meio ambiente. Por consequência, toda viagem turística é uma experiência cultural por si só, pelo simples contato com diferentes maneiras de agir, pensar, falar, fazer e sentir. Contudo, o que define turismo cultural é a motivação inicial da viagem girar em torno de temas de cultura. Diante da abrangência dos termos presentes nessa definição, o Ministério do Turismo, em parceria com o Ministério da Cultura e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e, com base na representatividade da Câmara Temática de Segmentação do Conselho Nacional do Turismo, estudaram as atividades e suas características para conceituar da melhor forma possível o termo turismo cultural: “as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, pág. 15).

Os deslocamentos com interesse puramente cultural nasceram na Europa, durante o renascimento italiano, quando a aristocracia viajava para conhecer os sítios históricos e arqueológicos que inspiraram artistas como Michelangelo e Da Vinci e, mais tarde, as metrópoles do movimento artístico. Sua principal característica é a valorização das culturas locais e regionais, além da preservação dos patrimônios históricos, símbolos e significados da comunidade; em outras palavras, todos os bens de natureza material e imaterial que expressam ou revelam a identidade de determinada população: arquivos, edificações, sítios arqueológicos, ruínas, museus e outros espaços, assim como música, gastronomia, artes, festas e celebrações. E por valorizar e promover, entende-se difundir conhecimento sobre esses bens culturais, estar ciente de sua importância e facilitar o acesso à população de forma harmoniosa e preservativa, disponibilizando os serviços necessários para a permanência de visitantes, para que eles possam vivenciar os significados ali presentes. São consideradas atividades de turismo cultural:

- Visitas a comunidades tradicionais ou étnicas
- Visitas a sítios históricos
- Visitas a sítios arqueológicos ou paleontológicos

- Visitas a espaços e eventos religiosos
- Visitas a lugares místicos e esotéricos
- Visitas a monumentos e celebrações cívicas
- Visitas a museus e casas de cultura
- Visitas gastronômicas
- Passeios para festas, festivais, celebrações locais e manifestações populares
- Passeios para cinemas e teatros

Algumas formas de expressão cultural são classificadas em áreas de interesse específico e geram demandas de viagem com motivações próprias, apesar de ainda se configurarem como turismo cultural. Por isso, o Ministério do Turismo optou por fazer subdivisões na categoria, especificando esses movimentos autônomos. Sendo assim:

**Turismo Cívico:** deslocamentos motivados pelo conhecimento de monumentos, para acompanhar, rememorar, observar ou participar de eventos cívicos que representem a situação presente ou passada da política e história de determinado local, para compreender seus contextos e particularidades. Aqui entram visitas a museus, comemorações de feriados, obras artísticas destinadas a alguma figura ou momento histórico, espaços onde ocorreram fatos importantes e similares.

**Turismo Religioso:** atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independente da origem ou do credo. Os deslocamentos podem ser motivados por peregrinações e romarias, roteiros de cunho religioso, retiros espirituais, festas e apresentações artísticas de caráter religioso, encontros e celebrações relacionados à evangelização de fiéis, entre outros. Contudo, é importante ressaltar que muitos locais possuem legado artístico e arquitetônico relacionado a religiões e crenças compartilhadas pela comunidade local ou histórica, mas a apreciação meramente estética é considerada simplesmente como turismo cultural.

**Turismo Místico ou Esotérico:** turismo decorrente da busca por espiritualidade e do autoconhecimento através de práticas, crenças e rituais considerados alternativos. São considerados passeios místicos aqueles que proporcionam a vivência de tais práticas e estilos de vida diferenciados, tais como práticas de meditação e energização.

**Turismo Étnico:** caracterizado pelo contato direto com o modo de vida e a identidade de grupos étnicos, para uma vivência de experiências autênticas, participando das atividades tradicionais, aprendendo sobre expressões culturais, estilo de vida e costumes singulares. O grande fator de identificação desses grupos é o fato de a origem, assim como o patrimônio histórico e cultural fazerem parte da identidade e diferenciação de um determinado grupo. São eles comunidades representativas de processos migratórios, comunidades indígenas, comunidades quilombolas, entre outros.

**Turismo Cinematográfico:** são os deslocamentos motivados pela visita a locais ou atrações que apareceram nas telas do cinema ou da TV como pano de fundo de filmes e seriados. Alguns clássicos do cinema mundial possibilitaram que locações de filmagens fossem reconhecidas, criando um desejo, por parte dos espectadores, de se deslocar para os cenários com o intuito de viver as emoções passadas pelas obras. Esse tipo de iniciativa pode ser percebida com o exemplo do Coração Valente, que incrementou em 300% a visita às terras altas da Escócia.

**Turismo Arqueológico:** deslocamento direcionado para locais onde é possível encontrar vestígios materiais representativos do processo evolutivo de uma sociedade antepassada ou do próprio homem no planeta. Ele surgiu de forma organizada e planejada como alternativa para a difusão de pesquisas e achados arqueológicos e pode ser tipificado de acordo com as características dos vestígios: cavernas, arte rupestre, cerâmicas, monumentos, dentre outros.

**Turismo Gastronômico:** quando o turista opta por visitar determinado local pela oferta de produtos gastronômicos e vivencia a experiência cultural do lugar por meio da culinária típica. As principais atividades realizadas por essa categoria são os roteiros gastronômicos e os eventos de culinária típica. No

mais, bares e outros estabelecimentos onde é possível a degustação, integram a oferta turística e se tornam espaços de aproximação entre o turista e a comunidade local.

**Enoturismo:** prática turística cujo principal objetivo é a melhor compreensão dos variados processos de fabricação de vinhos. Ela pressupõe o contato direto com os meios de produção, com a paisagem das vinícolas, e com o próprio sabor do produto final. A atividade surgiu na Itália, quando os turistas se mostraram interessados pelos processos que envolviam o sabor dos vinhos consumidos ao longo das viagens locais e acabou se estendendo para França e Portugal, países com conhecimento secular no assunto e que acabaram por gerar roteiros específicos só para esse fim.

**Turismo Ferroviário:** se caracteriza pelo transporte não regular de passageiros, com o objetivo de preservar a memória ferroviária. Normalmente, os passeios são acompanhados de apresentações teatrais e musicais, degustação de alimentos e, em alguns casos, são realizadas paradas pontuais para visitar espaços importantes para a história do local e realizar compras rápidas. A grande aposta é na experiência de voltar ao passado e visitar cenários diferenciados, tanto históricos quanto paisagísticos.

O turismo cultural está, desde o início do milênio, ocupando a terceira posição no ranking de principais motivos do turista para viajar, com sua porcentagem rondando os 15%. Mas é importante notar que o produto turístico relacionado à cultura tem sofrido modificações drásticas, configuradas pelas tendências econômicas mundiais e características da sociedade da informação. As pessoas estão, cada vez mais, almejando autenticidade e experiências únicas de vida, até mesmo quando se trata do contexto histórico. A chamada “economia da experiência”, denominada em 1999 pelo dinamarquês Rolf Jensen em sua obra *A sociedade dos sonhos*, elucida a necessidade de inovação nos processos de formatação e comercialização dos produtos, para que eles se tornem cada vez mais dinâmicos e interativos, além de explorar os novos valores e interesses da sociedade moderna. Um bom exemplo disso são as próprias categorias de turismo cinematográfico e gastronômico, que interagem com o visitante e exploram valores criados pelo cenário atual. Essa tendência abre

espaço para novos formatos mais atrativos de turismo cultural e podem gerar um aumento potencial de interesse nas pesquisas futuras de demanda.

### **3.2.4 Turismo de Estudos e Intercâmbio**

O desenvolvimento do capitalismo na Europa, baseado no desenvolvimento da industrialização e da racionalização do trabalho, gerou um aumento de viagens em busca de aprimoramento pessoal e apreciação estética. O Grand Tour, como ficou conhecido esse fenômeno do século XVIII, tinha como finalidade a complementação dos conhecimentos culturais em países de diferentes costumes, compondo assim um status social e intelectual que favorecia o sucesso profissional no mercado de trabalho da época. Em sua grande maioria, eram viajantes ingleses, filhos da aristocracia e da pequena nobreza, e os destinos mais procurados eram a Itália, a Holanda, a Suíça, a Alemanha, a Espanha, a Grécia e a Turquia. Mas com o passar do tempo, a classe média urbana também passou a ter acesso ao passeio e outros destinos começaram a aparecer no mapa, como os Estados Unidos.

Os colégios e universidades privadas do Brasil passaram a organizar viagens culturais mediante o acompanhamento de professores especializados da própria instituição, com programas de aulas e visitas a pontos históricos, científicos e culturais. Mas em pouco tempo, começaram a surgir diversas associações especializadas em viagens educacionais/culturais internacionais, que substituíram o primeiro modelo quase que por completo. Agora, o principal objetivo desse tipo de atividade é aprender outra língua e vivenciar os costumes de outras culturas, sendo os programas bem variados e oferecidos nos mais diversos formatos. Logo, pode-se concluir que turismo de estudos e intercâmbio é uma movimentação gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivência para fins de qualificação e desenvolvimento profissional.

Entende-se um programa educacional como um “conjunto de atrativos, informações e experiências organizadas de forma a atender ao conteúdo de um intercâmbio”. Os programas educacionais podem ser organizados por Instituições de Ensino Superior, escolas de ensino médio, escola de idiomas, escolas livres e ONGs focadas em trabalhos voluntários ou estágios profissionais. Já os operadores de turismo receptivo, prestadores de serviços de hospedagem, alimentação e

transporte e empreendedores locais são responsáveis pela oferta das atividades complementares e serviços turísticos, tais como roteiros turísticos, cursos de culinária, dança, esportes, cultura brasileira, entre outros. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, pág. 17)

Com base nessa definição, alguns exemplos de atividades desse segmento:

- Programa de estudos no ensino médio
- Programa de ensino superior
- Programa de estudos de curta duração
- Curso de idiomas
- Estágio profissionalizante
- Trabalho voluntário

O intercâmbio se tornou um assunto de alto interesse para as nações do mundo globalizado. Segundo a Organização das Nações Unidas para Educação Ciência e Cultura (Unesco), em 2000 existiam mais de 100 milhões de estudantes de ensino superior, dos quais 2,7 milhões estavam matriculados fora de seus países; já em 2014 (última contagem), esse número dobrou para 207 milhões, dos quais mais de 3,7 milhões eram intercambistas. E a previsão da organização é de que até 2025 tenham aproximadamente 8 milhões de estudantes em mobilidade. É importante ressaltar que os países tradicionalmente conhecidos como receptivos de estudantes e com estratégias agressivas de recrutamento passaram a incentivar o efeito contrário, de emissão de estudantes.

Nesse cenário, o Brasil se destaca como um destino promissor, pelo fato de oferecer uma educação de qualidade em variadas áreas do conhecimento, além de apresentar um alto índice de industrialização, produção científica e tecnológica, um parque industrial completo, diversos atrativos turísticos, belezas naturais e um aglomerado de culturas. O interesse também tem crescido de maneira exponencial, entre 2006 e 2009 (última contagem), o número de vistos estudantis entregues aumentou em 166% e, entre 2006 e 2017, calcula-se, a partir de levantamento extraoficial das instituições de ensino superior, que a quantidade de matrículas de estrangeiros praticamente dobrou, principalmente devido ao acolhimento de refugiados: enquanto em 2008 haviam 34 mil imigrantes ou refugiados matriculados

em instituições de ensino superior, em 2016 esse número foi para 73 mil. Os principais objetivos desses viajantes no país são, nessa ordem: estudar a língua portuguesa, programas que combinem português e futebol, adquirir conhecimento cultural, intercâmbio esportivo, programas em universidades renomadas e a realização de estágios em empresas brasileiras.

A partir destes números, é possível perceber que o turismo de estudo e intercâmbio deve ser tratado de maneira relevante para o Brasil, até mesmo como forma de solucionar a questão da sazonalidade, uma vez que podem ser oferecidos cursos em qualquer época do ano. E é importante aproveitar esse momento de incentivo externo para se aperfeiçoar nessa modalidade e criar as condições necessárias para atrair esse tipo de demanda emergente, estruturando e promovendo o segmento. Atrair um alto número de estudantes para um destino ou instituição específica requer organização, políticas públicas claras e planejamento estratégico, que leve em conta fatores demográficos, econômicos, políticos e de infraestrutura educacional e tecnológica. É necessário investir em boas estruturas de acomodação e hospedagem, assim como estruturas escolares e de apoio, equipes treinadas, professores qualificados, salas de aula apropriadas, bibliotecas, salas de informática, laboratórios e centros técnicos de treinamento.

### **3.2.5 Turismo Náutico**

O turismo náutico é definido pelo Ministério do Turismo como atividades náuticas com finalidade de movimentação turística. Atividade náutica, por sua vez, é toda aquela desenvolvida em embarcações sob ou sobre a água, parada ou corrente, seja ela fluvial, lacustre, marítima ou oceânica. É importante diferenciar, contudo, finalidade de movimentação de meio de movimentação: a primeira indica que a finalidade do viajante é a embarcação em si e leva em conta o tempo de permanência a bordo, enquanto a segunda indica que a utilização da embarcação é meramente para fins de deslocamento, para o consumo de outros tipos de oferta turística, o que não caracteriza o turismo náutico. O segmento é dividido ainda em duas modalidades:

**Turismo de cruzeiro:** quando embarcações prestam serviços conjugados com transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, visitação de locais turísticos e outros relacionados.

**Turismo de recreio e esporte:** quando embarcações de pequeno e médio porte são colocados à disposição de turistas, com o objetivo de proporcionar uma aventura náutica no destino em que se encontram. Os pacotes preveem aluguel com ou sem tripulação e as embarcações podem ser propriedade dos próprios viajantes ou alugadas no local. Também existe a possibilidade de ser comercializado um ingresso relativo ao passeio no barco de alguma empresa.

O turismo náutico está diretamente ligado ao desenvolvimento da náutica como um todo, principalmente à ampliação e modernização da indústria nacional de barcos e navios. Segundo pesquisa da Allen Consulting, 90% da produção mundial de barcos de lazer está concentrada nos países que melhor desenvolveram esse segmento de viagens e, em 2016, o mercado náutico cresceu em torno de 5%. O Conselho Europeu de Cruzeiros afirma que para cada €\$ 1 milhão investido, a indústria de cruzeiros retorna €\$ 2,2 milhões em rendimentos. A previsão é de que se tenha mais de 5 milhões de passageiros europeus em alto mar atualmente. Já no caso do Brasil, apesar de possuir um dos maiores potenciais de desenvolvimento náutico do mundo, com mais de 8,5 mil quilômetros de costa, 35 mil quilômetros de vias internas navegáveis e outros 9,3 mil quilômetros de margem de reservatórios de água doce, todos com clima propício para a prática de esportes e correntes oceânicas favoráveis à navegação, além de uma infinidade de paisagens naturais; o segmento ainda é incipiente em território nacional e ainda não existem dados que retratem seus impactos econômicos e permitam a monitoração de oferta e demanda.

Até 2006, a licença de permanência de barcos em águas nacionais era diretamente relacionada com o visto de turista/proprietário, o que fez o Brasil se manter às margens das rotas de navegação dos milhares de turistas e velejadores que dão a volta ao mundo. O Decreto Presidencial nº 5.887 dissociou a permanência do barco do visto de proprietário e ainda aumentou o tempo de três meses para dois anos, momento conhecido como “nova abertura dos portos”. Desde então, a cada ano vêm crescendo o número de barcos estrangeiros que circulam por águas nacionais, na temporada de 2017/2018, cerca de 420 mil pessoas viajaram de navio no país (dos quais 20% eram estrangeiros), o que indica um crescimento de 17% em relação ao ano anterior. Segundo a Cruise Lines International Association (Clia Brasil), foram 27.748 empregos gerados na temporada de 2017/2018, 10% a mais do que no ano

anterior. Hoje em dia, o Ministério do Turismo tem tratado o segmento como prioridade estratégica da economia turística e até 2017 a pasta repassou R\$ 261 milhões em recursos para projetos de construção e reformas de portos, píeres, marinas, cais, atracadouros e urbanização de áreas portuárias e orlas de lagos e rios em todo o país. O órgão busca também criar um ambiente favorável aos investidores, simplificando processos e aumentando a segurança jurídica.

### **3.2.6 Turismo de Negócios & Eventos**

Os deslocamentos comerciais e para a participação em eventos ocorrem desde a baixa idade média e se tornaram muito comuns a partir da revolução industrial, com o surgimento de empresas e grandes corporações, associados com o aprimoramento dos meios de transporte e de comunicação, e com a formação de blocos econômicos entre diferentes nações, fatores esses que passaram a exigir novos formatos de relacionamentos comerciais, reuniões para a efetivação de transações e a realização de eventos para as mais variadas finalidades, entre elas, troca de conhecimento, divulgação de informações e promoção de negócios.

Esse último tipo de atividade, inclusive, deu origem à proposta de abordar as temáticas “negócios” e “eventos” em um mesmo segmento, apesar da possibilidade de eles ocorrerem de forma independente, dado o cruzamento das duas naturezas, que demandam interesses, objetivos e estruturas em comum. Ambos pressupõem a reunião de grandes grupos de pessoas em centro de convenções, hotéis, salas, etc., para passar um conjunto de mensagens. Além disso, o turista não escolhe por si só o destino da sua viagem, pois depende de onde será sediado o evento. Assim, “Turismo de Negócios & Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, pág. 15). São exemplos de atividades desse segmento:

- Missões empresariais
- Visitas técnicas
- Viagens Corporativas
- Reuniões de negócios

- Rodadas de negócios
- Feiras
- Convenções
- Congressos
- Seminários
- Workshops
- Conferências
- Cursos

Além destas opções, existe ainda uma modalidade muito presente no meio empresarial, que é a viagem de incentivo: uma ferramenta administrativa utilizada pelos empregadores para gerar aumento de produtividade, que oferece viagens como prêmios para os funcionários mais bem-sucedidos ou que apresentaram maior desempenho/melhores resultados. São flexíveis aos mais variados gostos e personalidades, de baixo custo em comparação com prêmios tangíveis, e quando realizadas em grupo elas também incentivam a integração. Muitos estudos também apontam que viagens permanecem mais tempo na memória do premiado do que outros presentes: bens em dinheiro são considerados por no máximo um ano e bens duráveis por aproximadamente quatro anos, enquanto experiências deixam maior valor residual, permanecendo por cerca de dez ou doze anos.

Investir em turismo de negócios e eventos, em geral, permite que a região equacione melhor os períodos sazonais, proporcionando um maior equilíbrio entre oferta e demanda ao longo de todo o ano e maior rentabilidade, uma vez que esse tipo de turista está disposto a ter um maior gasto médio do que o turista em viagem de lazer, principalmente pelo fato de as empresas estarem bancando; incentiva o retorno das pessoas em períodos de lazer para passar mais tempo e conhecer melhor o local; interioriza a atividade turística, pois pode ser realizada em qualquer local que possua o mínimo de estrutura necessário para o porte do evento; garante maior estabilidade, visto que crises econômicas não reduzem drasticamente a demanda; contribui para o intercâmbio comercial e empresarial, uma vez que em eventos de negócios as pessoas trocam contatos com fabricantes e vendedores de outros estados, além de informações sobre novas tecnologias e técnicas.

Outra característica importante a ser ressaltada é a transversalidade desse tipo de turismo com os outros segmentos de oferta. Quando o assunto de alguma outra modalidade é tema de encontros técnicos ou comerciais, por exemplo um congresso brasileiro de turismo naval, a pertinência do tema e das programações são relacionadas a um tipo de turismo, enquanto a organização de equipamentos, equipes de apoio e instalações estão diretamente relacionados com o turismo de negócios e eventos. O mesmo vale para eventos culturais de todos os tipos (artísticos, religiosos, gastronômicos, etc.) e também para eventos esportivos e outras competições. Também acontece de as características turísticas de determinado local favorecerem a sua escolha como destino de um encontro técnico, seja pela relação com o tema ou pelas propostas de divertimento que podem integrar a programação no tempo livre, que podem ocasionar até mesmo uma maior permanência do viajante, às vezes com a presença da família, para aproveitar melhor o espaço.

O Brasil já chegou a investir bastante em infraestrutura e equipamentos turísticos, profissionalização de serviços e no desenvolvimento tecnológico e científico em diversas áreas, além de promover a imagem do país no exterior; o que fez com que atingisse a sexta colocação no ranking de países que mais sediaram eventos internacionais em 2013, com uma participação de mais de 12% da demanda turística nacional no segmento de negócios e eventos. Até 2017, essa posição caiu para o 16º lugar, apesar de ser o primeiro da América Latina, mas nos últimos dois anos o país tem se reposicionado como um destino para a efetivação de negócios e realização de eventos, principalmente nas áreas de ciência e tecnologia, agropecuária, telecomunicações, biotecnologia, meio ambiente, finanças, moda, calçados, joias, têxteis, alimentação, plásticos, materiais de construção, aviação, finanças e do artesanato. Tem sido incentivada também a produção de feiras, consideradas as maiores da América do Sul nas áreas acima citadas.

Essas iniciativas resultaram em um crescimento de 6,6% do turismo de negócios no em 2017, em relação ao ano anterior e, segundo a Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp), mais 7,8% no terceiro semestre de 2018, em relação ao mesmo período do ano anterior, totalizando uma receita de R\$ 2,7 bilhões. Também foram vendidos 180,3 mil bilhetes internacionais para o Brasil com fins de turismo corporativo em 2018, movimentando R\$ 695,3 milhões. A

academia Brasileira de Eventos e Turismo (Abeoc Brasil) espera que o segmento cresça mais 15% entre 2019 e 2021, e, a partir de dados da Associação Latino Americana de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas, 46% dos gestores de empresas reportaram aumento nos gastos com viagens corporativas e metade deles relatou aumento de mais de 10% nos gastos com eventos ao comparar o primeiro semestre de 2018 com o mesmo período de 2017. Todas as empresas entrevistadas também indicaram expectativas de aumentar esse tipo de gasto entre 5% e 10% em 2019.

Contudo, a consolidação desse segmento no país exige, ainda, uma melhor estruturação e organização relacionada à oferta de serviços qualificados e à regeneração de áreas urbanas. Atrair turistas desse nicho para um determinado local implica em promover ações que contribuam para o aumento, a diversificação e a qualificação da oferta: incentivar a realização de feiras, cursos, visitas técnicas, congressos, festivais, shows e festas renomadas, ou até mesmo a transformação do local em um polo de referência em pesquisa, de estudos ou cultural. Agora, se esses turistas já estão chegando até a região, é preciso concentrar esforços em estratégias para aumentar o tempo de permanência e garantir estruturas adequadas de recepção, comunicação e transporte.

### **3.2.7 Turismo de Pesca**

Por definição, pesca é todo ato de extração, colheita, apreensão ou captura de recursos pesqueiros, ou seja, animais e vegetais hidróbios passíveis de exploração, estudo ou pesquisa pela pesca amadora, de subsistência, científica e comercial, tanto em águas marinhas quanto continentais. Desde os primórdios sociais, ela é praticada para fins de subsistência e comerciais, sendo que mais tarde começou a ser empregada na ciência, para estudos biológicos e ambientais. Já o primeiro registro de pesca como atividade de recreação é datado de 1496: a publicação *Treatyse of Fysshynge wyth an Angle*, de Juliana Bernes, que fala sobre locais de pesca, confecção de iscas, manufatura de varas e linhas e alguns conceitos conservacionistas. Desde então, entende-se por pesca amadora a que é praticada por hobby ou esporte, compreendendo uma atividade lúdica com objetivo de lazer. Já o turismo de pesca pode ser compreendido como viagens voltadas para a pesca amadora, incluindo campeonatos. A seguir, alguns exemplos:

- Pesca de Barranco
- Pesca de arremesso
- Pesca de corrico ou *trolling*
- Pesca de rodada
- Pesca com mosca
- Pesca subaquática

Atualmente, é um dos segmentos turísticos que apresentam maior crescimento no mundo. Em 2008, cerca de 40 milhões de norte-americanos com mais de 16 anos praticavam pesca amadora, totalizando um montante anual de U\$ 45 bilhões. Em 2016, esse número estava em U\$68 bilhões apenas para a prática em água salgada. No Brasil, a modalidade começou a se expandir no início da década de 1990, primeiramente realizado no pantanal, e depois difundido para todas as regiões do Brasil. A quantidade de interessados praticamente dobrou nos últimos 10 anos, e hoje estima-se que existam mais de 50 milhões de pescadores amadores ocasionais no território nacional. Em 1998, o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud), formaram uma parceria para a criação do Programa Nacional de Desenvolvimento da Pesca Amadora, tendo como principais objetivos a transformação da atividade em ferramenta de desenvolvimento econômico, social e de conservação ambiental, ampliando os instrumentos legais relacionados.

O país dispõe de recursos com potencial para atrair pescadores do mundo inteiro, pela vasta quantidade de biomas e bacias hidrográficas, com vários lagos, lagoas, rios, mangues e reservatórios, além de 8 mil quilômetros de costa. A bacia amazônica se destaca pelo interesse internacional no Tucunará Açú, enquanto no Sul e no Sudeste, os reservatórios de usinas hidrelétricas são os principais atrativos da modalidade, e no litoral, do Rio de Janeiro até a Bahia, o grande foco é a pesca de peixes marlins em alto mar. Essa diversidade de peixes, somada às belezas naturais, fazem do país um destino de pesca consolidado e bastante procurado, com capacidade para gerar fluxos turísticos bem maiores que os atuais, que podem ser exponenciados a partir de eventos do setor, como feiras, encontros e competições.

Contudo, o cenário apresenta a necessidade de uma maior ação governamental na adequação da oferta de produtos turísticos, visto que a atividade exige efetivas medidas de proteção ambiental, o apoio de pesquisas relacionadas aos estoques de peixes mais procurados, uma melhora de qualidade das estruturas e uma melhor qualificação profissional, além de um estudo mais aprofundado do perfil da demanda, tanto nacional quanto internacional. Vale ressaltar também a necessidade de incentivar projetos sociais de valorização de comunidades ribeirinhas como forma de turismo, visto que também funcionam como agentes na conscientização do público e permitem uma experiência única de pescar e conhecer a cultura dos moradores locais e suas técnicas ancestrais. Esse tipo de programa também ajuda a combater práticas ilegais de pesca, como mostra a reportagem *Turismo sustentável consegue acabar com pesca ilegal em rio da Amazônia*<sup>3</sup>, publicada no Jornal da Globo em janeiro de 2018.

### **3.2.8 Turismo Rural**

O meio rural tem sofrido grandes transformações nas últimas décadas, principalmente no que trata de produção e trabalho. A modernização dos processos e a valorização dos pequenos agricultores têm gerado uma desvalorização gradativa da atividade e de sua mão-de-obra, levando muitos dos proprietários de terra a buscar novas fontes de renda, para dinamizar as economias locais. Uma das principais atividades exploradas tem sido o turismo, principalmente nos últimos anos, em que a tendência dos viajantes é buscar por experiências únicas e saudáveis, em contato com a natureza, além de conhecer estilos de vida e culturas diferentes dos que eles estão acostumados. Muitos moradores urbanos viajam com o intuito de reencontrar suas raízes, interagir com as comunidades locais, participar de eventos tradicionais, desfrutar das propriedades, conviver com o modo de vida e as tradições do lugar, além de descansar física e mentalmente, fugindo da rotina, além de adquirir produtos exclusivos de determinadas regiões.

O segmento surgiu na Europa no início do século XX, como uma prática capaz de promover a integração entre regiões urbanas e rurais, assim como a transformação

---

<sup>3</sup> Matéria “Turismo sustentável consegue acabar com pesca ilegal em rio da Amazônia”, do dia 6 de janeiro de 2018. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2018/01/turismo-sustentavel-consegue-acabar-com-pesca-ilegal-em-rio-da-amazonia.html>> Acesso em: 02/04/2019.

socioeconômica, contribuindo para reduzir as desigualdades sociais entre esses dois ambientes, mas sem descaracterizar a paisagem e a identidade das populações locais. A partir de 1990, os governos passaram a incentivar o turismo rural como revitalizador de territórios, criador de postos de trabalho e como forma de valorizar o patrimônio natural e histórico das nações. Os resultados gerados por esse tipo de atividade são bem variados, dentre eles: estabelecimento de micro e pequenos negócios, incorporação da mulher ao trabalho remunerado, agregação de valor ao produto primário, redução do êxodo rural, melhoria das condições de vida e equipamentos das famílias, melhoria da infraestrutura de transporte, comunicação e saneamento, conservação de recursos naturais e patrimônios culturais, promoção de intercâmbio e enriquecimento cultural, integração das propriedades rurais com a comunidade local, valorização das práticas rurais e resgate da autoestima do morador do interior. Além de tudo isso, com o maior fluxo de pessoas nessas regiões, surge um novo mercado complementar para os agricultores, que podem comercializar produtos in natura (frutas, ovos, verduras) e beneficiados (compostas, queijos e artesanatos).

Um grande problema, contudo, é a grande dificuldade de definição e caracterização do segmento, o que dificulta a construção de regulações e medidas de segurança. Não há uma definição mundialmente consolidada do que é uma área rural, logo, não há consenso sobre o que seja turismo rural e os elementos que o constituem. Assim, cada país apresenta diferentes características, de acordo com a identidade e outras peculiaridades de cada lugar. No Brasil, esse tipo de turismo tem se desenvolvido de forma empírica, sendo diferente em cada parte do país, com vários formatos de manifestação, recebendo denominações distintas e, muitas vezes, se confundindo com outras modalidades, como ecoturismo e turismo de aventura. E como uma tentativa de organizar melhor a situação, o Ministério do Turismo, no manual *Turismo Rural: orientações básicas*, trabalhou para trazer uma definição que se encaixasse em diferentes modelos e que, ao mesmo tempo apontasse os principais pontos a serem desenvolvidos: “Turismo Rural é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. São consideradas desse segmento as seguintes atividades:

- Atividades agropecuárias
- Atividades de transformação de matéria prima
- Atividades ecoturísticas na fazenda
- Atividades de aventura na fazenda
- Atividades interativas com gado
- Pesca
- Atividades esportivas, culturais e pedagógicas relacionadas ao campo

É muito difícil traçar um espectro de atividades comuns deste tipo de turismo, porque varia muito de uma região a outra, mas o órgão subdivide o segmento em mais duas grandes partes, sendo uma componente da outra, como mostra a Figura 7, abaixo. Enquanto o turismo rural engloba todas as atividades que ocorrem no meio rural, o agroturismo se limita ao turismo praticado dentro das propriedades, tendo contato com a atmosfera da vida local e integrando-se, de alguma maneira, aos hábitos dali. São oportunidades para acompanhar a produção de produtos agrários (doces, geleias, pães, café, queijo, vinhos, etc.), o plantio, a colheita, o manejo de animais, enquanto dorme e se alimenta da mesma forma que os trabalhadores da fazenda. Ainda dentro de agroturismo, existe a variante turismo rural de agricultura familiar, que se caracteriza pela exploração agropecuária em pequenos e médios espaços, sendo que a família que ali vive é também detentora dos meios de produção. Essa categoria é bem expressiva, devido à presença dominante da agricultura familiar no meio rural brasileiro, assim como empreendimentos a ela vinculados.

Figura 7 – Representação do turismo rural

Figura 1 - Representação do Turismo Rural<sup>30</sup>



Fonte: *Turismo Rural: orientações básicas*/MTur

Outra dificuldade é traçar perfis do segmento, pois são poucas as propriedades que dispõem de registros, ainda que simples, sobre seus visitantes e sobre os serviços disponíveis, então não há dados sobre a quantidade de turistas que recebem, períodos de maior e menor visitação, tempo despendido por atividade, e nem mesmo o poder público consegue ter acesso a essas informações. Mas é possível perceber que há uma procura considerável por essas atividades, a pesquisa Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil, de 2007, indica que 2,2% dos entrevistados apontaram o turismo rural como principal motivação da última viagem. Já a Hábitos de Consumo do Turismo Brasileiro indica que o campo é o destino preferido de 13,5% das pessoas abordadas, ficando atrás apenas da opção praia, e ao englobar as três primeiras escolhas dos entrevistados (soma ponderada), a diferença ainda cai, por 19,2% desejam viajar para o campo.

Ou seja, apesar das poucas informações, é possível perceber que o segmento tem potencial para se desenvolver e ter força no território nacional. Contudo, são necessárias algumas ações de estruturação e caracterização, para que ele não cresça desordenado e sem o embasamento técnico necessário (muito importante para não sobrecarregar as estruturas com um número muito elevado de visitantes e veículos e acabar gerando degradação ambiental e descaracterização das atividades). Também é preciso superar alguns obstáculos, como a precariedade de infraestrutura, baixa qualificação profissional, falta de preparo por parte de agências e operadoras para lidar com essa vertente e, por fim, a ausência de legislação e regulamentação específicas.

### **3.2.9 Turismo de Saúde**

Os deslocamentos em busca de saúde ocorrem desde a antiguidade, em todas as partes do mundo, e engloba tanto a manutenção da saúde quanto a prevenção e cura de doenças. Os recursos naturais são conhecidos por produzir efeitos terapêuticos únicos, o que motiva o contínuo deslocamento em busca desses benefícios. Durante o século XVIII, as primeiras fontes naturais foram descobertas no Brasil, com odor e gosto diferenciados, e logo foram examinadas na tentativa de proporcionar bem-estar e tratamentos para as mais variadas doenças. Os donos das terras em que elas se encontravam começaram a explorar o potencial comercial e as estâncias hidrominerais progrediram de forma acelerada como negócio e atraíram

peças de todo o mundo, até mesmo de cientistas, que desejavam comprovar as qualidades curativas da água.

Esses estudos, inclusive, podem ser vistos como um marco na transformação conceitual desse tipo de medicina, que saiu do campo empírico para o campo clínico, o que mudou até mesmo o nome das termas para águas medicinais, e atrai mais turistas ainda. Na mesma época, começaram a surgir grandes instalações inspiradas no estilo romano, que juntavam saúde e entretenimento nos chamados “banhos e jogos”, a união de cassinos com termas, para receber a alta burguesia acostumada com a vida europeia. Em 1920, os hotéis de luxo passaram a incorporar essa tendência, o que elevou drasticamente o volume de interessados em viajar com esse fim, época considerada os anos de ouro do turismo brasileiro, pelo fato deste ter sido diretamente relacionado com a experiência temporária de viver na primeira classe.

Contudo, em 1946, o presidente em exercício cancelou as licenças e concessões para a prática e exploração de jogos de azar, o que acabou por falir os grandes hotéis de entretenimento e relaxamento, gerando uma queda drástica no interesse por viagens de saúde e bem-estar. O descobrimento da penicilina e a popularização dos antibióticos também fizeram com que os balneários perdessem espaço para os grandes centros urbanos com avançados equipamentos hospitalares e as pessoas passaram a procurar tratamentos mais clínicos e menos naturais. Mas ao longo dos últimos anos, o conceito de saúde evoluiu para uma visão biopsicossocial, na qual os fatores psicológicos e sociais também influenciam no estado do organismo; e o mercado também se direcionou para uma maior especialização de serviços, fazendo surgir clínicas especializadas em tratamentos muito específicos, que se tornaram conhecidas ao redor do mundo inteiro. Esses fatores retomaram a demanda de turismo de saúde em duas principais vertentes:

**Turismo de Bem-Estar:** atividades motivadas pela busca da promoção e manutenção da saúde, através do acompanhamento por profissionais especializados, com tratamentos desintoxicantes e relaxantes, que visam a redução dos níveis de estresse causado pelas rotinas do dia a dia, e a aprendizagem de uma alimentação natural e vida mais equilibrada, inclusive para a prevenção de algumas doenças.

**Turismo Médico-Hospitalar:** deslocamentos para a realização de tratamentos e exames de diagnóstico, com acompanhamento de recursos humanos especializados e integrados em estruturas próprias (clínicas e hospitais), tendo como objetivo a cura ou a amenização de sintomas causados pelas mais diversas patologias, além da realização de procedimentos estéticos e terapêuticos.

A busca por tratamentos de saúde em hospitais ou clínicas renomadas específicas em outras localidades vem crescendo tanto no Brasil quanto internacionalmente. Para a área médica, são apenas pacientes que se deslocaram em busca de um tratamento específico, contudo, ele não deixa de ser um turista, pois ele mobiliza a economia local, usufrui, muitas vezes, dos atrativos turísticos e, em geral, não viaja sozinho, em 80% dos casos ele está acompanhado de uma pessoa saudável para auxiliar nos processos. Assim, o acompanhante também contribui para o desenvolvimento turístico local, tendo em vista que ele irá procurar atividades para se ocupar e passar o tempo durante sua estadia. Portanto, quem se desloca por motivos de saúde deve ser tratado pela área médica como paciente, mas na hora de planejar e estruturar destinos turísticos, é preciso contabilizar como turista. Sendo assim, o turismo de saúde é finalmente definido como atividades turísticas decorrentes da utilização de meios e serviços para fins médicos, estéticos e terapêuticos. A seguir, alguns exemplos:

- Intervenções cirúrgicas diversas
- Tratamentos de oncologia, cardiologia e reprodução assistida
- Tratamentos odontológicos
- Check-ups e exames variados
- Tratamentos para emagrecimento
- Tratamentos de dermatologia e cosmetologia
- Práticas anti-estresse
- Acompanhamento psicológico
- Hidroterapia, termalismo, fangoterapia e psamoterapia
- Massoterapia, cromoterapia, pedras quentes e aplicações externas
- Terapia hidropínica, inaloterapia e aromaterapia
- Fitomedicamentos, medicamentos dinamizados e alimentação funcional

- Crenoterapia e Talassoterapia

O constante aumento da preocupação com saúde e bem-estar faz com que o turismo de saúde seja uma boa alternativa para o desenvolvimento socioeconômico das regiões, podendo, inclusive, ser uma resposta positiva ao problema da sazonalidade da atividade turística, pois a saúde é uma modalidade desvinculada das épocas do ano tipicamente destinadas a viagens. O interesse das pessoas ainda é um pouco incipiente, mas os números dos últimos 10 anos têm sido consideravelmente expressivos. Segundo a pesquisa *Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil*, de 2007, 9,2% dos entrevistados indicaram a saúde como principal motivo de suas viagens, porcentagem que vêm se mantendo na mesma faixa desde então.

Mas enquanto há 20 anos atrás, os brasileiros que iam para o exterior realizar procedimentos médicos, hoje são os estrangeiros que vêm para o Brasil. A média de 0,5% do total de estrangeiros por ano praticamente dobrou nos últimos cinco anos, e são turistas que tendem a permanecer mais tempo no país, uma média de 22 dias, com gasto de aproximadamente U\$ 120 diários. Segundo a Associação Brasileira de Turismo de Saúde (Abratus), o país é referência em diversos segmentos da medicina, além de ser o segundo que mais realiza cirurgias plásticas no mundo, com mais de 4 mil médicos credenciados nessa especialidade. Porém, os maiores atrativos para o estrangeiro que busca a cura física e emocional é a beleza das paisagens somada à hospitalidade do brasileiro, que torna os atendimentos mais humanos e confortáveis. Fora isso, o Brasil tem se especializado em hotelaria médica e buscado filiar seus pacientes por meio de telemedicina e acompanhamentos online em múltiplos idiomas. Em 2018, em entrevista<sup>4</sup> para o site SaúdeBusiness, a presidente da Abratus, Julia Lima, afirmou que “a Visa estima que 14 milhões de turistas viajam a cada ano para cuidados médicos. A Deloitte sugere crescimento anual em torno de 20%. Nós estamos trabalhando para garantir uma fatia de 10% deste mercado para o Brasil”, o que mostra que esse mercado turístico está se estruturando, buscando investimentos e que possui metas de crescimento bem definidas para os próximos anos.

---

<sup>4</sup> Matéria “Como está o turismo de saúde no Brasil?”, do dia 16 de julho de 2018. Disponível em: <<https://saudebusiness.com/mercado/como-esta-o-turismo-de-saude-no-brasil/>> Acesso em: 22/03/2019.

### **3.2.10 Turismo Social**

Um dos maiores desafios do Brasil contemporâneo é o enfrentamento de problemas sociais, tais como a desigualdade, a exclusão social, o desemprego, o preconceito e a discriminação. O governo federal tem realizado diversos incentivos e programas desde a década de 1990, mas políticas públicas implicam a alocação de valores e a necessidade de consenso entre os diferentes atores, de forma que facilite a coordenação de tarefas e, por consequência, a implementação. Contudo, o que ocorre é a existência de delimitações bem definidas para as áreas de atuação de cada uma das partes envolvidas e pouca comunicação entre elas. Além disso, existe uma descontinuidade administrativa, pois alguns cargos mudam de acordo com critérios políticos e essa mudança de gerência acaba resultando em projetos redimensionados, reorientados e até suspensos. Outro fator de complicação é a cultura de que uma vez que a decisão ou formulação da proposta foram realizadas, a implementação é tida imediatamente como dada, ou seja, a complexidade das políticas se restringe ao ambiente de formulação, enquanto a implementação é considerada um conjunto de tarefas de baixa complexidade. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014)

Em seguida, vem o fato de que alguns dos problemas sociais não se restringem a aspectos formais, como a exclusão de uma minoria por empresas contratantes e até mesmo o tratamento assimétrico com os funcionários, e, por isso, são mais difíceis de serem fiscalizados. Por fim, a eficiência dos projetos também é dificultada por informações eficientes, ou seja, dados incorretos, falta de acesso, linguagem ambígua e de difícil interpretação. Nesse cenário, a ação isolada do governo resulta em um processo lento e com muitos empecilhos, sendo visivelmente necessário o auxílio dos demais setores da sociedade, tanto empresas privadas quanto os próprios membros da sociedade, para iniciar movimentos mais rápidos e significativos de mudança. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2014)

O turismo social surge, então, como uma forma de incentivar essa participação dos players e funciona em três frentes diferentes: programas turísticos pensados especialmente para um grupo social ou minoria, que aborda interesses específicos e se preocupa em atender suas particularidades (por exemplo, roteiros para pessoas LGBTs, roteiros para indígenas, roteiros de cultura negra, roteiros com acessibilidade, etc.); visitas a comunidades que estão em busca de respeito e preservação da cultura,

para aproximar o turista dessas realidades e promover a empatia e a solidariedade; programas de inclusão empregatícia, para incentivar a economia local, reduzir o desemprego e melhorar a qualidade de vida das famílias que vivem nessas comunidades; e, por fim, viagens para turistas realizarem trabalho voluntário em ONGs de lugares turísticos, como uma forma de tornar o serviço comunitário mais agradável e interessante para o cidadão comum das classes mais abastadas, que podem viver uma experiência nova e única, em um lugar diferente, com pessoas e culturas diferentes, e ainda, como um bônus, estão ajudando outras pessoas e rotacionando a economia local, o que também gera empregos.

A própria natureza do turismo opera pela ruptura do isolamento quando provoca o contato entre diferentes culturas e a interação de múltiplos atores, o que propicia o compartilhamento de conhecimentos e a valorização de determinados aspectos, locais e comunidades, estimulando o respeito e o interesse pela preservação. Em outras palavras, a atividade contribui diretamente para a valorização da diversidade e para o estabelecimento de laços de solidariedade entre os variados grupos sociais. Além disso, o conhecimento é recebido de forma prazerosa, em ambientes de baixíssima tensão, o que favorece a qualidade do aprendizado e a vontade de repetir esse tipo de programa. O trabalho *Diálogos do Turismo - Uma viagem de inclusão*, produzido pelo Ministério do Turismo em parceria com o Instituto Brasileiro de Administração Municipal, como resultado do Seminário Nacional Diálogos do Turismo de 2005, tem por objetivo apresentar as diversas oportunidades de integração social que podem ser abertas e exploradas a partir do âmbito turístico no país, sendo elas:

- Turismo de igualdade racial
- Turismo em comunidades quilombolas
- Turismo de orientação sexual
- Turismo de sociedades indígenas
- Turismo de comunidades costeiras
- Turismo de comunidades rurais
- Turismo para idosos
- Turismo de acessibilidade

Em 2017, o Brasil possuía cinco empresas nacionais focadas nesse segmento, e além disso, o Serviço Social do Comércio (SESC) começou a disponibilizar programações bimestrais de opções sociais independentes de cada cidade sede, para que os turistas possam identificar suas opções, e acabou se tornando o principal operador deste segmento no Brasil. A tendência é que cada vez mais empresas comecem a desenvolver projetos sociais e a financiar ONGs de auxílio às comunidades, nos mais variados setores da economia, e, por consequência, o turismo irá seguir a mesma linha. Ainda não existem estudos e nem análises de impacto desse tipo de atividade em âmbito nacional, mas os depoimentos dos auxiliados é a maior prova de que funciona, apesar de incipiente.

### **3.2.11 Turismo de Sol e Praia**

A ideia de passar as férias de verão na praia é uma construção relativamente recente. As primeiras viagens para banho de mar ocorreram no século XVIII e tinham objetivo meramente terapêutico, como uma fuga das cidades insalubres para o restabelecimento físico e mental da alta burguesia. Um século depois, os espaços praianos passam a receber função social e só então que as praias assumem o papel de “casa de férias”, com os spas, iatismo, festas e passeios beira-mar. Com a melhoria dos sistemas de transporte, ocorre a popularização da atividade a partir da década de 1960 e a demanda se torna massiva. O crescimento expressivo dos fluxos turísticos nas regiões litorâneas fez com que o turismo fosse considerado um fenômeno social e, ainda na mesma década, a atividade se estendeu para os outros continentes, principalmente na América Latina, com Acapulco (México), Viña del Mar (Chile), Mar del Plata (Argentina) e Punta del Este (Uruguai).

O processo só foi se consolidar no Brasil 10 anos mais tarde, com a construção de segundas residências de estrangeiros no litoral do Rio de Janeiro, em Copacabana. O segmento se expandiu para outras áreas da região Sudeste e Sul, e mais tarde para toda a costa brasileira, com destaque para a região Nordeste, caracterizada por ter sol e calor durante o ano inteiro. Em 1980, o turismo de sol e praia é ampliado para as margens de rio e entornos de lago, as chamadas orlas. Assim, turismo de sol e praia constitui-se das atividades turísticas voltadas para entretenimento, recreação e descanso em praias, ou seja, em locais onde há a presença conjunta de água, sol e calor. São exemplos de atividade desse segmento:

- Surf
- Kitesurf
- Windsurf
- Mergulho
- Atividades com equipamentos náuticos
- Atividades esportivas e recreativas na areia

O Brasil possui 8.500km de costa (praias marítimas), mais 35.000km de vias navegáveis (praias fluviais e lacustres) e 9.260km de margens de reservatórios de água doce, oriundos de hidrelétricas (praias artificiais), todos eles acompanhados de uma rica diversidade cultural e socioambiental. Isso significa uma expressiva oferta de recursos e paisagens únicas a ser explorada para a estruturação de produtos turísticos de qualidade para auxiliar no desenvolvimento nacional. Desde que começou a ser quantificado, esse segmento representa 70% do turismo nacional voltado para o lazer, e a categoria praias marítimas representa 37% das motivações de turistas estrangeiros para visitar o país. Praias são sempre a opção preferida de roteiros entre os turistas e o que vai mudar nesse cenário, nos próximos anos, é a conciliação com as tendências de sustentabilidade. O segmento como um todo está associado aos períodos de sol de suas localidades, o que gera uma concentração muito grande de turistas nesses destinos durante o verão. Historicamente, é um turismo de massas e é importante que a cadeia produtiva trabalhe de forma integrada para se desenvolver de maneira sustentável e respeitando o meio ambiente. Também são de extrema importância as iniciativas de conscientização e sensibilização para os viajantes, para que eles prestem atenção e usufruam dos espaços sem prejudicar a preservação e manutenção dos lugares. Nesse sentido, será mais comum a busca pelos seguintes perfis de praia:

**Destinos de Sol e praia distantes:** lugares menos acessíveis e distantes dos grandes centros, considerados exóticos, estão aos poucos substituindo os destinos costeiros tradicionais, considerados saturados, e estima-se que eles tenham um crescimento de procura superior à média geral pelos próximos anos.

**Destino de Sol e Praia de Boutique:** são lugares com instalações sofisticadas, porém em lugares mais tranquilos e menos movimentados, que preservam a

identidade local. Esse tipo de turismo atrai pessoas com um nível socioeconômico mais alto, pois embora a singularidade do local seja importante, o verdadeiro atrativo são os serviços e equipamentos.

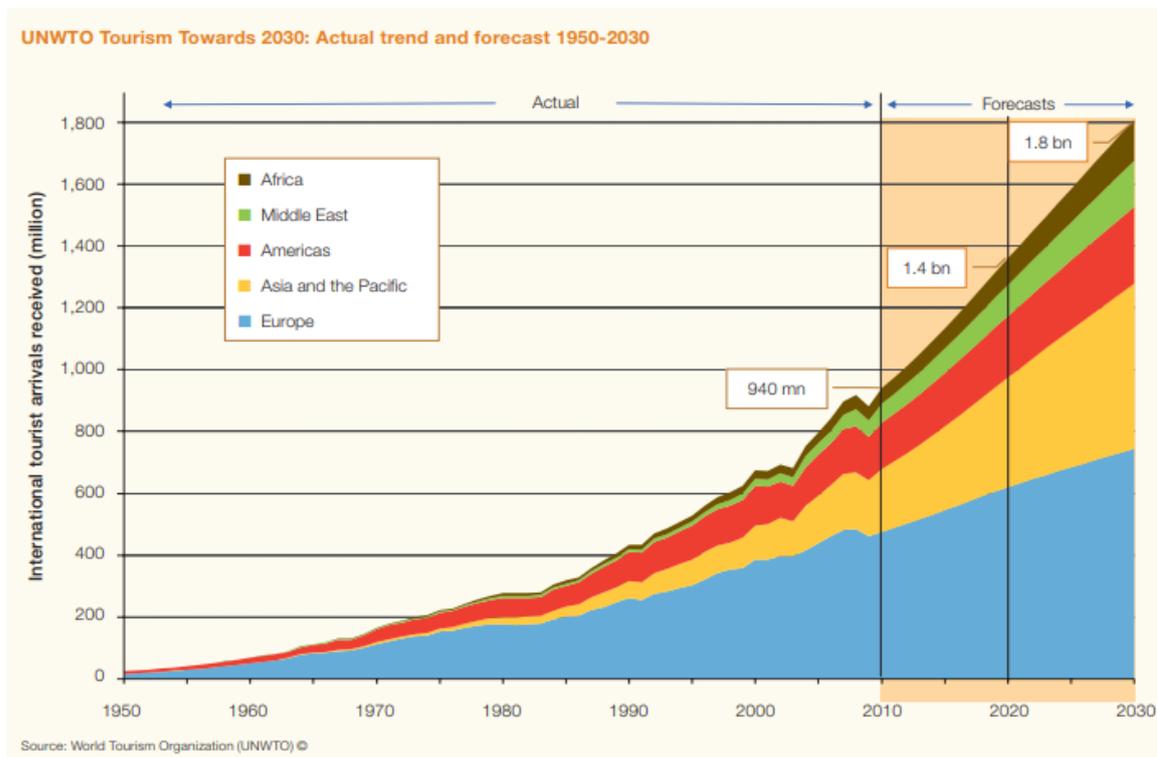
**Viagens combinadas:** roteiros que combinam necessariamente o componente praia com turismo cultural ou ecoturismo, e a escolha do destino está associada com a diversidade de opções de passeios e com a singularidade dos atrativos, que devem reforçar uma experiência única de determinado lugar.

**Naturismo:** modo de vida em harmonia com a natureza, caracterizado pelo nudismo coletivo, condutas de auto-respeito, respeito pelos outros e pelo meio ambiente. A comunidade brasileira já tem mais de 300 mil membros e 10 praias oficiais, com legislação própria e proteção aos usuários, além de outras praias desertas em que a prática é eventual.

### 3.3 Indicadores de Crescimento

A Organização Mundial do Turismo (OMT) afirma que 2018 registrou o segundo melhor resultado do mercado nos últimos 10 anos, com 1,4 bilhão de chegadas internacionais em todo o mundo, e prevê um crescimento entre 3% e 4% para 2019. O relatório turístico *Tourism Highlights 2016 edition*, da Organização Mundial do Turismo nas Nações Unidas (UNWTO), aponta que a tendência é de que haja um desenvolvimento constante de demanda turística, para todos os países do mundo, como mostra o gráfico da Figura 8, e lista alguns dos principais fatores que contribuem para esse cenário, sendo eles: um número cada vez maior de localidades têm iniciado investimentos em turismo, transformando a atividade na principal aposta para sucesso socioeconômico, criação de empregos e empreendimentos, desenvolvimento de infraestrutura e aumento da receita de exportação; durante as últimas seis décadas o setor experienciou altos níveis de expansão e diversificação, se tornando um dos maiores do mundo, com altas taxas de crescimento; e as tendências de globalização têm criado um movimento de peregrinação pelo mundo, fazendo com que mais pessoas desejem conhecer lugares e culturas diferentes.

Figura 8 - Expectativas de crescimento do turismo internacional



Fonte: *Tourism Highlights 2016 edition*/UNWTO

Algumas mudanças sociais que têm ocorrido a nível mundial também colaboram para a intensificação da atividade turística. O aumento da população classificada como classe média urbana, somada aos novos modelos de negócio, que valorizam a criatividade e o tempo livre saudável para seus funcionários, têm possibilitado as condições necessárias (tempo e recurso) para que um maior número de pessoas seja capaz de viajar durante as férias. O aumento da concentração populacional nas cidades também gera um sentimento de aperto e sufoco, que faz com que as pessoas desejem escapar periodicamente. Além disso, a evolução da medicina permitiu uma geração inteira de idosos saudáveis, aposentados, com tempo livre e disposição para experimentar novas emoções; enquanto os avanços sociais contra o preconceito realizaram mudanças na estrutura familiar, o que gerou um aumento no número de pessoas solteiras, divorciadas e sem filhos, que, conseqüentemente, também possuem uma agenda mais vazia e maior autonomia na gestão de recursos pessoais.

A OMT também afirma que as Américas estão na lanterna do desenvolvimento, tendo registrado um crescimento de 9% em 2016/2017, seguido de outros 3% em 2017/2018. A América do Sul, mais especificamente, teve um salto de 11,1% em 2017, e o Brasil foi, em boa parte, responsável: o país é o nono maior mercado de aviação doméstica do mundo e registrou recorde de entrada de turistas no mesmo ano, com 6.588.770 visitantes, segundo registros da Polícia Federal, um aumento de 0,6% em relação a 2016, quando o país sediou as Olimpíadas. De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo 2017, em 2016 o Brasil recebeu 6.578.074 turistas estrangeiros, vindos de todos os continentes, uma taxa de 4,31% de aumento em relação ao ano anterior e 31,1% em relação à década anterior, como é possível observar na tabela da Figura 9. É importante perceber também que a demanda esteve em constante crescimento, desde 1970, apresentando pequenas baixas em anos de dificuldade econômica, mas cujo padrão não passa de dois anos.

Figura 9 - Chegadas de Turistas ao Brasil (1970-2016)

**Turismo receptivo**

**3. Síntese Brasil**

3.9 - Chegadas de turistas ao Brasil, segundo os anos - 1970-2016

Chegadas de turistas							
Ano	Total	Ano	Total	Ano	Total	Ano	Total
1970	249.900	1982	1.146.681	1994	1.853.301	2006	5.017.251
1971	287.926	1983	1.420.481	1995	1.991.416	2007	5.025.834
1972	342.961	1984	1.595.726	1996	2.665.508	2008	5.050.099
1973	399.127	1985	1.735.982	1997	2.849.750	2009	4.802.217
1974	480.267	1986	1.934.091	1998	4.818.084	2010	5.161.379
1975	517.967	1987	1.929.053	1999	5.107.169	2011	5.433.354
1976	555.967	1988	1.742.939	2000	5.313.463	2012	5.676.843
1977	634.595	1989	1.402.897	2001	4.772.575	2013	5.813.342
1978	784.316	1990	1.091.067	2002	3.784.898	2014	6.429.852
1979	1.081.799	1991	1.228.178	2003	4.132.847	2015	6.305.838
1980	1.625.422	1992	1.692.078	2004	4.793.703	2016	6.578.074
1981	1.357.879	1993	1.641.138	2005	5.358.170		

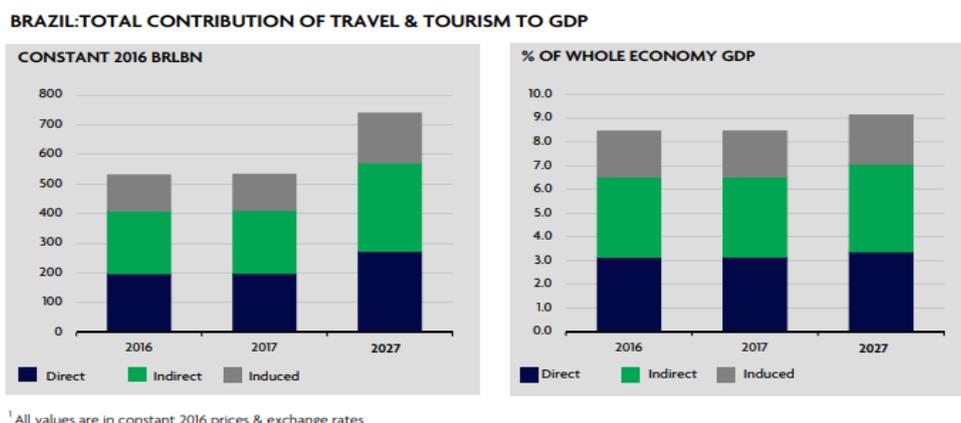
Fonte: Departamento de Polícia Federal e Ministério do Turismo.

Fonte: *Anuário Estatístico de Turismo 2017/MTur*

A pesquisa de Impacto econômico do Turismo Brasileiro de 2017 prevê um crescimento de 3,3% da participação do turismo no PIB nacional e de 0,4% no PIB mundial até 2027, como é possível observar no gráfico da Figura 10. Está previsto também um aumento constante do número de visitantes e do capital nacional investido em turismo, como mostra a Figura 11. Os principais catalisadores desse processo foram a alta do dólar, que aumentou o valor do país como destino turístico dos próprios

latinos, por não conseguirem mais bancar viagens para a Europa e outros lugares mais caros; e o visto eletrônico para americanos, canadenses, japoneses e australianos, que, de acordo com a Polícia Federal, implicou em um aumento de 8% na entrada de estrangeiros ao longo do primeiro semestre de 2018, período imediatamente seguinte à implantação. Agora, os cidadãos dessas quatro nacionalidades não necessitam mais comparecer pessoalmente em consulados brasileiros, a burocracia foi reduzida e o processo pode ser realizado inteiramente pela internet, com emissão de documentos em até 72 horas.

Figura 10 - Participação do turismo nacional no PIB nacional e mundial



Fonte: *Pesquisa de Impacto econômico do Turismo Brasileiro/CMVT*

Os brasileiros também estão viajando mais. Entre 2002 e 2012, o número de viagens domésticas e internacionais cresceu 161%. Já entre 2013 e 2017, houve um aumento de 26% em número de embarques e de 18% no faturamento de viagens internacionais, enquanto os voos domésticos apresentaram aumento de 4% nos embarques e de 2% em faturamento. Até o final de 2017, 1,2 milhão de pessoas viajaram do Brasil para o exterior, enquanto 60 milhões embarcaram para destinos nacionais. E esse cenário é fruto de uma amplificação do acesso à atividade turística, uma vez que as classes C e D foram as que tiveram o maior crescimento percentual com despesas em viagens. Segundo o Índice de Potencial de Consumo (IPC Maps), entre 2013 e 2018, as faixas C1, C2 e D apresentaram aumentos de 64%, 147% e 223%, respectivamente. O Ministério do Turismo também tem trabalhado com políticas públicas e promoções de incentivo ao turismo, para que os brasileiros viajem mais dentro do território nacional. Nos últimos 10 anos, foram apoiados 20 mil projetos

em mais de 4.600 municípios brasileiros, para melhorar a infraestrutura e fortalecer o comerciante local. A meta é atingir os 100 milhões de viajantes brasileiros em turismo doméstico.

Figura 11 - Chegada de turistas e investimento de capital



Fonte: Pesquisa de Impacto econômico do Turismo Brasileiro/CMVT

Cerca de 95% do setor é constituído por micro e pequenas empresas, e o Portal do Empreendedor registrou um aumento de 147% no número de registros de microempreendedores individuais em atividades relacionadas ao turismo entre 2013 e 2018, ultrapassando os 32 mil. O estado de São Paulo foi o que mais apresentou desenvolvimento, representando hoje 22% de todos os empreendimentos nacionais desse escalão. Desde 2017, o Ministério do turismo busca impulsionar a competitividade entre esses empresários a partir de incentivos monetários. O órgão lançou o Novo Fundo Geral de Turismo (Novo Fungetur), uma linha de crédito de R\$ 450 milhões, com condições diferenciadas, para construção, reforma, ampliação ou compra de equipamentos turísticos. Um ano depois, realizou uma parceria com a Embratur e o Sebrae para repassar R\$ 200 milhões aos empreendimentos da área, direcionados para iniciativas de desenvolvam a inovação na oferta turística, qualificação de produtos e serviços, promoção internacional dos destinos e captação de investimentos. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) também vai disponibilizar uma linha de crédito de R\$ 5 bilhões para essas empresas.

Paralelamente ao incentivo crediário, o Governo tem investido bastante em publicidade, em 2017 foi liberado um orçamento de R\$ 25 milhões para a divulgação de destinos nacionais. O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística aponta que o tema “cultura, lazer, esporte e turismo” é o sétimo no ranking de setores da economia que mais anunciam no Brasil, perdendo apenas para administração pública, farmacêutico, financeiro, higiene e beleza, serviços e comércio. Por fim, a presença do setor no ambiente online é extremamente forte, o mercado nacional de turismo é o segundo com maior crescimento no E-commerce, com uma taxa de crescimento de 15% ao ano desde 2012, que aumentou para 17,8% em 2017, gerando uma movimentação anual de R\$ 35,1 bilhões. Conforto e facilidade foram os principais argumentos dos turistas que utilizam a internet para fechar suas viagens, indicando que quanto menor o esforço para comprar uma passagem ou um pacote, maior o incentivo para a realização da atividade turística.

### **3.4 Níveis de Saturação**

A saturação do mercado é indicada pela proporcionalidade de oferta (os produtos e serviços) em relação a demanda (público interessado), sendo que quanto menor a demanda por oferta, mais saturado. Logo, para compreender a atual situação do setor em relação ao espaço disponível para novos empreendimentos, é preciso realizar um panorama geral desses dois componentes, identificar suas tendências de desenvolvimento para os próximos anos, entender como funciona o relacionamento entre as partes integrantes do mercado e seus níveis de satisfação com a atual conjuntura e, por fim, apontar as atividades de auxílio governamental que vêm sendo realizadas nos últimos anos.

Ao longo do item anterior, foi apontado um crescimento constante de demanda desde os anos 1980, com tendência a se tornar cada vez mais exponencial. Primeiro, porque a atividade turística tem se tornado tanto mais acessível quanto prioritária às classes sociais mais baixas: o estudo de mercado do Expedia Group, realizado com 11 países em 2018, aponta que os brasileiros viajam em média 5 vezes ao ano, ficando atrás apenas do México e da China; e segundo o Índice de Potencial de Consumo (IPC Maps), ainda que com um poder aquisitivo menor, as classes C e D foram as que tiveram o maior crescimento percentual com despesas em viagens. O processo de globalização também tem facilitado o acesso a informações detalhadas

sobre os diferentes lugares do mundo e gerado um constante aumento do fluxo de pessoas em busca de novas vivências, produtos ou serviços exclusivos e conhecimentos específicos.

A heterogeneidade das pessoas que compõem esse público é um dos principais fatores que movimentam o mercado turístico e a maior garantia de espaço para novas oportunidades. Isso, porque cada pessoa se interessa por assuntos diferentes e, conseqüentemente desejam visitar lugares distintos, conhecer ambientes variados e entrar em contato com realidades diversas. Além disso, possuem prioridades e desejos diferentes, tanto em relação aos amigos, quanto aos parentes ou outros grupos de convívio social; que estão constantemente se modificando e recebendo atualizações, em função das tendências mundiais, do contato com a mídia e dos relacionamentos interpessoais. Esse cenário garante público para uma infinidade de tipos de oferta e modelos de negócio, oportunidade que, inclusive, não tem sido muito bem aproveitada pelos empresários do setor.

O *Anuário Estatístico de Turismo 2017* apresenta uma contabilização de agências de turismo registradas por estado, assim como as variações numéricas entre 2014 e 2016, apresentada na Figura 12. O Ministério do Turismo classifica agências de turismo como “empresas organizadas que são intermediárias de produtos turísticos, permitindo o encontro da demanda com a oferta de serviços, além de prestar assistência aos viajantes ou turistas.” O que leva a entender que entram nesse tópico todos os serviços diretamente ligados ao direcionamento turístico, à disponibilização de infraestrutura para passeios e à criação de pacotes, sendo oferecidos tanto por microempresas quanto por empresas de grande porte. A partir da tabela, é possível identificar uma certa estabilidade na oferta dos estados em geral, com um crescimento considerável em 2015, seguido de uma redução no ano seguinte, por consequência da crise econômica, o que indica que, com a recuperação da economia, a tendência seja que a oferta volte a crescer.

Figura 12 - Agências de turismo cadastradas no Ministério do Turismo

**11 - Equipamentos, prestadores de serviços turísticos e profissionais da área de turismo cadastrados no Ministério do Turismo**

11.1 - Agências de turismo cadastradas no Ministério do Turismo, segundo Grandes Regiões e Unidades da Federação - 2014-2016

Grandes Regiões e Unidades da Federação	Agências de turismo		
	2014	2015	2016
<b>Brasil</b>	<b>18.227</b>	<b>19.458</b>	<b>18.965</b>
<b>Norte</b>	<b>860</b>	<b>963</b>	<b>972</b>
Acre	71	88	116
Amapá	70	67	59
Amazonas	235	269	270
Pará	254	246	234
Rondônia	133	155	152
Roraima	40	69	64
Tocantins	57	69	77
<b>Nordeste</b>	<b>3.441</b>	<b>3.671</b>	<b>3.526</b>
Alagoas	265	298	303
Bahia	925	968	898
Ceará	427	437	380
Maranhão	203	212	190
Paraíba	328	331	295
Pernambuco	811	948	1.004
Piauí	99	86	87
Rio Grande do Norte	226	218	194
Sergipe	157	173	175
<b>Sudeste</b>	<b>9.234</b>	<b>9.869</b>	<b>9.937</b>
Espírito Santo	247	224	258
Minas Gerais	1.535	1.550	1.541
Rio de Janeiro	2.464	2.678	2.493
São Paulo	4.988	5.417	5.645
<b>Sul</b>	<b>3.137</b>	<b>3.285</b>	<b>3.019</b>
Paraná	1.172	1.158	1.069
Rio Grande do Sul	1.144	1.171	1.199
Santa Catarina	821	956	751
<b>Centro-Oeste</b>	<b>1.555</b>	<b>1.670</b>	<b>1.511</b>
Distrito Federal	512	546	435
Goiás	451	483	467
Mato Grosso	285	326	315
Mato Grosso do Sul	307	315	294

Fonte: Ministério do Turismo.

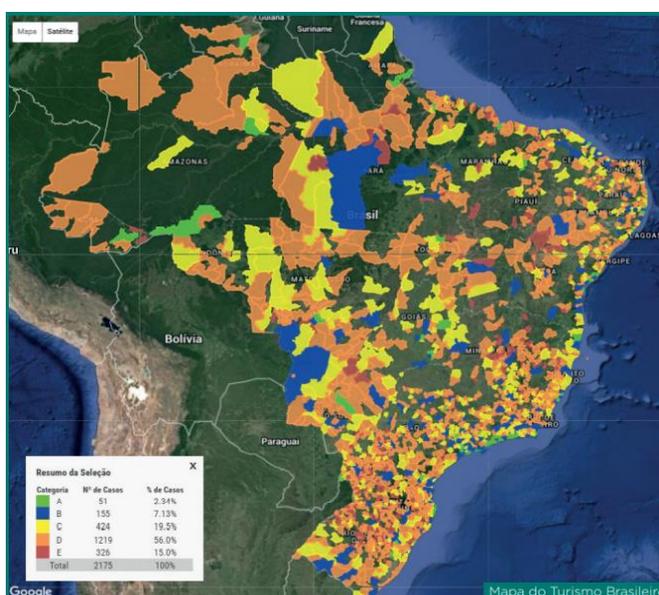
Fonte: *Anuário Estatístico de Turismo 2017/MTur*

No entanto, apesar do rápido desenvolvimento da atividade turística nos últimos anos, há uma certa deficiência generalizada na qualidade da oferta, em termos de infraestrutura, informação e serviços, sendo percebida como não compatível com os preços praticados no mercado. Além disso, muitos destinos com potencial de atratividade, tanto pelas belezas naturais quanto pela cultura, apresentam dificuldades de acesso, seja pelos custos de passagem, pela qualidade da estrada ou pela insuficiência de malha de transportes, por exemplo. As políticas públicas existentes, segundo o Ministério do Turismo, são eficientes e alavancam o turismo local de onde são aplicadas, no entanto, insuficientes para uma melhoria nacional coesa. O último evento realizado para debater o andamento de programas de incentivo e outros tipos de políticas públicas foi realizado em 2015, e se manteve apenas nos benefícios

gerados durante a Copa do Mundo do ano anterior, abordando uma iniciativa ou outra de programas extintos de capacitação e a importância de começar um desenvolvimento turístico regional, que acabaram dando origem ao Plano Nacional de Regionalização do Turismo, dois anos depois.

O programa ainda está em fase de instrução dos funcionários públicos das secretarias estaduais, mas já disponibiliza um mapa turístico do Brasil, Figura 13, que está disponível online para pesquisas dinâmicas no site [www.mapa.turismo.gov.br](http://www.mapa.turismo.gov.br), com o intuito de compreender melhor a disposição do desenvolvimento turístico nacional e classificar os municípios por índice de competitividade turística, facilitando assim a compreensão de como está o setor como um todo no país, o que é preciso fazer e no que é preciso investir em cada região. A métrica utilizada pela plataforma avalia a quantidade de recursos turísticos dos municípios e sua respectiva capacidade de administração. Para tanto, calcula-se a média ponderada de notas avaliativas de 13 categorias de desenvolvimento, sendo elas: infraestrutura, acesso, serviços e equipamentos turísticos, atrativos, marketing e promoção, políticas públicas, cooperação regional, monitoramento, economia local, capacidade empresarial, aspectos sociais, aspectos ambientais e aspectos culturais. Em seguida, as regiões são classificadas em cinco grupos, de acordo com suas médias gerais, sendo vermelho a cor de rendimento mais baixo e verde a de mais alto.

Figura 13 - Mapa do Turismo Brasileiro



Fonte: Cartilha Parlamentar do Turismo/MTur

A partir da ilustração, é possível perceber que há um grande número de municípios coloridos de amarelo e laranja, enquanto apenas as capitais e entornos atingiram a classificação verde. Isso significa que, há ainda muito espaço para o crescimento de empresas turísticas no território nacional, principalmente modelos que incentivem o pequeno empreendedor local, a exploração de atrativos no interior dos estados e a regionalização do turismo, com roteiros mais completos e diversificados. E para se destacar, é importante estar presente no meio online, passar informações com o máximo de detalhes possível, permitir um canal de acesso direto com atendentes (devido à grande porcentagem de pessoas que ainda prefere fechar contratos por telefone), e garantir um serviço de qualidade, com estruturas adequadas e confortáveis.

### 3.5 Mercado de Trabalho

O Ministério do Turismo declara que a atividade turística é a que mais gera emprego e renda em todo o mundo, e que o Brasil está em quinto lugar no ranking mundial de postos de trabalho nessa indústria, com 3,1 milhões de empregos diretos e 8,5 milhões entre diretos, indiretos e induzidos. O Conselho Mundial de Viagem e Turismo informa que 1 a cada 10 empregos tem sua origem no turismo. Já a Figura 14, do Cadastro Sebrae de Empresas de 2011, permite verificar que os setores envolvidos direta e indiretamente na atividade também representam 87,9% do total de empresas registradas e 71,5% do total de mão-de-obra ocupada no Brasil.

Figura 14 - Empresas e pessoas ocupadas por setor (2011)

TABELA 1 - Empresas e pessoas ocupadas por setor (2011)

Setores	Números de Empresas	Pessoal ocupado
Comércio	47.0%	26.7%
Serviços	35.9%	37.0%
Construção Civil	5.0%	7.8%
Demais	12.0%	28.5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Cadastro Sebrae de empresas – CSE, 2011.

Fonte: Cadastro Sebrae de empresas 2011

O setor é subdividido em um grupo de sete atividades características do turismo (ACTs), de acordo com a cartilha *Cenários e Projeções Estratégicas - Serviços: Turismo - O turismo brasileiro de 2016 a 2018*, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em parceria com o Sistema de Inteligência de Mercado (SIM), sendo elas: alojamento, agência de viagem, cultura e lazer, transportes, aluguel de transportes, auxiliar de transportes e alimentação. Em todas elas, o nível de informalidade é bem alto, chegando a ultrapassar a porcentagem formal em alguns casos, como mostra a Figura 15, abaixo. A atividade mais forte é a alimentação, com 52% de participação no setor através de empregos formais e informais em 2013 (dado mais recente), seguida de transportes terrestres (19%), alojamento (16%) e agências de viagem (5%).

Figura 15 - Participação relativa das ACTs nos empregos formais e informais



Fonte: Cenários e Projeções Estratégicas - Serviços: Turismo/Sebrae e SIM

Se tratando da parcela formal de serviços, o Ministério do Turismo declara que várias atividades da indústria de turismo são extremamente concentrados, ou seja, com poucas empresas e atuando de forma global (companhias aéreas, cadeias de hotéis, operadores de “tour”, aluguel de carros), mas que as pequenas e médias empresas constituem a maior parte do setor, na marca de 95%: dos 41,3 mil prestadores de serviços registrados no Cadastro Nacional dos Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), 39,2 mil são pequenos negócios. Em 2005, segundo a Associação Brasileira de Agências de Viagens, 95% das agências de turismo tinham menos do que 10 empregados e, no entanto, os milhares de empresas do setor já

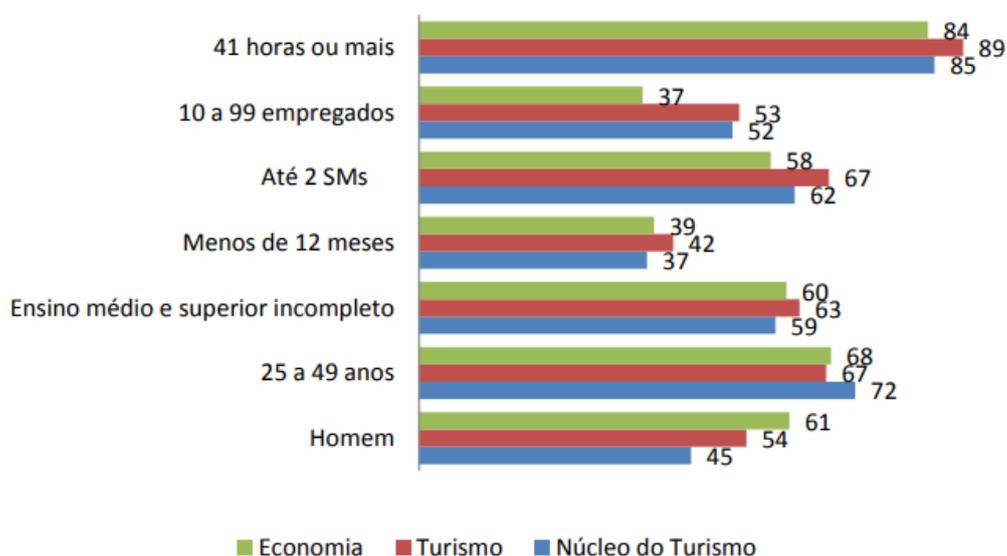
empregavam mais do que a indústria automobilística. Na época, eram 35 mil empregos diretos e 100 mil empregos indiretos. Em 2019, este dado ainda não foi atualizado, mas só a empresa CVC é responsável por 150 mil empregos diretos e indiretos.

Segundo o Portal do Empreendedor, existiam 32.636 microempreendedores cadastrados em atividades relacionadas ao turismo em 2018, 147% a mais do que em 2013. O Cadastro Sebrae de Empresas indica que as empresas de pequeno porte - microempreendedores individuais, micro e pequenas empresas (MPE) - representam mais de 95% do total de cadastros. Elas utilizam 51,6% da mão de obra e contribuem com 39,7% da renda do trabalho, representando 27% da participação no Produto Interno Bruto (PIB). O *Atlas Nacional de Comércio e Serviços de 2017* afirma que essas empresas de menor porte representam 99% do número total de estabelecimentos formais existentes e são consideradas “promotoras fundamentais de equidade social, dada sua capacidade de geração de emprego e renda, aliada à oferta maior de possibilidades de trabalho aos indivíduos de mais baixa qualificação” (ANCS 2017). No entanto, o documento alerta para a necessidade de programas e políticas públicas de preparação, formação, informação e auxílio para empreendedores, visto que uma a cada 4 encerra suas atividades antes de completar o segundo ano de existência.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) publicou, em 2015, o *Relatório com as estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo*, com base nos dados da RAIS e da PNAD 2013, para o Brasil e regiões. Esse documento faz um perfil dos funcionários formais do setor turístico, ou seja, aqueles que trabalham em empresas registradas ou como microempreendedores, e comparam com a média geral dos funcionários de todos os setores da economia. A partir das informações dispostas na Figura 16, entendemos que mais da metade possui ensino médio ou superior incompleto, sem nenhum tipo de especialização, e trabalha há menos de 12 meses em empresas pequenas, de até 100 funcionários, com carga superior a 40 horas semanais e recebendo até 2 salários mínimos. É declarado ainda, na pesquisa, que o perfil nacional é semelhante ao perfil encontrado em cada uma das cinco regiões separadamente.

Figura 16 - Perfil médio dos ocupados formais do turismo no Brasil

**Figura 1: Perfil médio dos ocupados formais do turismo no Brasil (dez.2013)**  
(Em %)



Fonte: *Relatório com as estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo* / IPEA

A publicação distingue ainda, dois tipos de funcionário, o geral e o do chamado Núcleo Turístico. Segundo o documento, é necessário diferenciar clientes turistas de viajantes comuns, sendo os primeiros identificados com um perfil de renda mais alto e uma maior exigência por serviços diferenciados, o que, conseqüentemente, pede uma mão de obra mais qualificada. No entanto, foi impossível captar essa diferença nos registros e pesquisas, então, para efeito de comparação, além dos dados apresentados para as oito ACTs apresentadas na Figura 15, optou-se pelo agrupamento das três atividades cuja clientela é formada majoritariamente por turistas, sendo chamado de Núcleo das ACTs ou Núcleo Turístico, composto por: Alojamento, Agências de Viagem e Transporte aéreo.

O núcleo centrado em atividades turísticas apresenta uma maioria de trabalhadoras mulheres, menor índice de rotatividade ao mesmo tempo em que uma maior parte dos funcionários possui ensino superior completo e recebe mais de dois salários mínimos. Isso permite a conclusão de que trabalhar diretamente no núcleo

turístico exige mais conhecimento na área, mas ao mesmo tempo é mais rentável e permite uma estabilidade financeira maior, além de ser um espaço já aberto para a participação feminina em posições de liderança. A necessidade de especialização para atingir as melhores vagas do mercado de trabalho se reflete na educação. A pesquisa *Serviços de Turismo no Brasil - Agências e Operadoras*, do Ministério do Turismo aponta que cresceu vertiginosamente o número de cursos e instituições dedicadas ao turismo nos últimos anos, mais de 550 em 2010 (dado mais recente encontrado). Em 2011, o Ministério do Turismo, em parceria com o Ministério da Educação, implementou o Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) Turismo e quatro anos depois já haviam sido contabilizados mais de 180 mil alunos em todo o país. A partir de 2018, o curso de 300 horas pode ser feito também à distância.

Há, no entanto, uma grande dificuldade para atrair profissionais qualificados para destinos turísticos do interior do país, devido aos baixos salários, desprestígio, alta rotatividade e cargas horárias irregulares. Essas características também reforçam a concentração da receita do setor nas mãos de algumas poucas empresas maiores, que podem oferecer condições diferenciadas aos seus funcionários. Outro problema é o fato do curso superior de turismo ser uma visão global de atividades distintas como gestão, administração e economia, com viés voltado para o turismo. Dessa forma, os interessados acreditam que vale mais a pena realizar uma graduação em alguma dessas áreas específicas, para aumentar as oportunidades de emprego, e acabam desistindo do setor turístico após a graduação.

Assim, por mais que o Fórum Econômico Mundial reconheça o Brasil como o maior potencial natural entre as 140 nações pesquisadas e o oitavo em maior potencial cultural, o país fica em 137º colocado no quesito de condições para abrir um negócio em turismo. Além da dificuldade para atração e qualificação da mão-de-obra, há muitos problemas do ponto de vista burocrático e incerteza política para a instalação de empreendimentos. O presidente da Embratur, Vinícius Lummertz, em entrevista de 2016 para o Portal Brasil, afirma que o Brasil tem, no turismo internacional, o maior potencial do planeta, mas que é preciso gerar “sustentabilidade econômica”. O termo é considerado por alguns pensadores contemporâneos como a “nova economia” e

traz aspectos da tendência de cuidados com o meio ambiente, aplicados no mercado de trabalho.

A palavra sustentabilidade começou a ganhar força durante o século XX, devido aos impactos ambientais causados pelas indústrias e hábitos consumistas, que geraram uma preocupação com as futuras gerações e o tipo de ambiente que estava sendo entregue de herança. Com o passar do tempo, o conceito expandiu seu significado para os mais diversos campos, economia, direito, social, psicológico, etc.; e passou-se a questionar por que o foco estava nas gerações futuras e as pessoas desprivilegiadas de hoje estavam sendo ignoradas. Assim, o termo sustentabilidade econômica traz uma nova ética, que tem como pilares a regeneração da natureza e a valorização do ser humano como ser digno, e não mais como um instrumento de trabalho.

Em outras palavras, segundo Lummertz, a única forma de explorar todo o potencial turístico nacional é garantindo um mercado de trabalho estável e em boas condições, que atraia mão de obra qualificada e reduza tanto a rotatividade quanto a sazonalidade das vagas de emprego nas regiões mais interioranas do país, permitindo o desenvolvimento de um serviço especializado e de qualidade. E para fazer isso acontecer, é preciso aumentar a rotatividade de capital nessas regiões, a partir de investimentos em infraestrutura e ampliação do fluxo de turistas.

#### 4. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

Há uma relação direta entre a presença de infraestrutura e a sustentabilidade da atividade turística, segundo a publicação *Estudos da competitividade do turismo brasileiro*, do Ministério do Turismo, identificada pela capacidade de acesso e acomodação de determinado local, mantendo o equilíbrio intertemporal de aspectos socioambientais. E a importância do setor não se restringe ao âmbito turístico, ela é fundamental para o desenvolvimento econômico do país de maneira geral, por garantir a sobrevivência saudável das empresas, e sua ausência resulta em um encarecimento do mercado interno e dificuldades de exportação, uma vez que os negócios não têm competitividade com os produtos de fora. Mesmo assim, a trajetória desse tipo de investimento no Brasil é muito recente, aproximadamente 80 anos, extremamente turbulentos, com quatro crises cumulativas que perduraram até a virada do milênio.

A primeira vez na história do país em que existiu um plano de infraestrutura nacional, foi durante a República Populista, em 1948. Idealizado e apresentado pelo então presidente Eurico Gaspar Dutra, o Chamado “Salte” tinha por objetivo realizar grandes mudanças nas áreas de saúde, alimentação, transporte e energia. Ele levou dois anos para ser aprovado e foi cancelado menos de 12 meses depois por falta de recursos e aumento da inflação. Nesse tempo, foram construídos dois hospitais, duas rodovias e uma usina hidrelétrica. O mandato subsequente, segunda vez de Getúlio Vargas no poder, foi marcado, no âmbito de infraestrutura, pela criação das empresas nacionais de energia elétrica e exploração de petróleo, Eletrobrás e Petrobrás, nessa ordem.

Juscelino Kubitschek, próximo presidente eleito, foi o primeiro a concorrer eleições com um programa claro de governo e propostas de ação. Ele elaborou o chamado Programa de Metas, constituído por 31 objetivos separados em energia, transportes, alimentação, indústria de base e educação. O slogan da campanha era “cinquenta anos em cinco”, mas a execução não foi exatamente bem-sucedida. Apesar de ter desenvolvido uma estrutura industrial diversificada e integrada, as metas foram cumpridas apenas com recursos de empresas internacionais, o que tornou a industrialização do país inteiramente dependente da economia externa e gerou graves desequilíbrios econômicos. A situação ainda foi agravada com o Plano Trienal, de João Goulart, que buscava a substituição gradual de importações

apostando no crescimento industrial a partir de investimentos pesados no setor, mas que acabou aumentando a inflação e a dívida externa.

Após o golpe militar de 64, o governo de Castelo Branco elaborou o Programa de Ação Econômica do Governo (PAEG), composto de reformas estruturais e políticas de recuperação e combate à inflação. A recuperação do país levou três anos e então o mercado internacional voltou a investir pesadamente na economia brasileira, o que aumentou tanto o crescimento do PIB, a taxas que chegaram a 10% ao ano, como a inflação, que flutuava na faixa de 15% a 20%. A bolsa de São Paulo chegou a registrar ganhos de 400% em 1971, gerando uma bolha especulativa<sup>5</sup> de mercado que, meses depois, estourou no maior *crash*<sup>6</sup> da história do país, seguido de uma crise nos preços do petróleo. Na década seguinte, a inflação chegou a 1764,8% ao ano e em 1986, José Sarney decretou a moratória da dívida externa, que já passava dos R\$10 bilhões.

O país entrou em recessão e passou 20 anos estagnado. O cenário só foi se regularizar depois de passar por congelamento de preços, cortes de despesas públicas, aumento das taxas de juros, bloqueio de depósitos bancários, Plano Real (que gerou um corte de US\$ 6 bilhões em todos os ministérios) e privatização de estatais. Em 2005, a dívida externa foi inteiramente quitada e, pela primeira vez, o Ministério do Planejamento iniciou um projeto de investimento em infraestrutura: o Projeto Piloto de Investimentos, com um orçamento de R\$ 3 bilhões para gastos gerais em recuperação de estradas, construção de ferrovias, pesquisas geológicas e geofísicas em bacias de petróleo, desenvolvimento de tecnologias de previsão do tempo e modernização da administração de receitas orçamentárias e aduaneiras, com a criação de uma base de dados única para estados e União.

Apesar de um grande volume de recursos disponíveis, a liberação e execução ainda eram muito desorganizados. Só a partir do ano seguinte é que o Brasil voltou a pensar em investir realmente em infraestrutura nacional, com uma visão integrada das

---

<sup>5</sup> Bolha especulativa, segundo a Wikipédia: é uma situação na qual o valor de um ativo se desvia fortemente do valor intrínseco correspondente desse mesmo ativo. Tal situação pode também ser descrita como uma situação em que os preços dos ativos parecem basear-se em uma visão distorcida ou inconsistente sobre o futuro. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Bolha\\_esp\\_eculativa](https://pt.wikipedia.org/wiki/Bolha_esp_eculativa)> Acesso em: 07/09/2018.

<sup>6</sup> Crash, de acordo com a Wikipédia: queda abrupta e acentuada dos preços das ações, geralmente provocada por pânico, associado a fatores econômicos subjacentes. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Crash\\_\(economia\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Crash_(economia))> Acesso em: 07/09/2018

necessidades do país. O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) foi o primeiro plano estratégico de 4 anos que utilizou parceria público-privada para resgatar o planejamento em infraestrutura e energia, retomar os investimentos nas indústrias de base e aumentar o emprego de maneira eficiente em todo o território. Em 2010, os investimentos executados chegaram a R\$ 619 bilhões (94% do planejado), dos quais 82% representavam projetos concluídos, e a taxa de desemprego foi a menor da história do país, mesmo com a crise mundial de 2008, chegando a 6,1%.

O sucesso do empreendimento o levou para a segunda fase, de mais 4 anos, começando em 2011, que manteve a estratégia e aumentou a quantidade de objetivos, chegando a um montante de R\$1,066 trilhão investidos em dezembro de 2014, um parcial de 96,5% do previsto. De acordo com o *11º balanço do PAC - 2011 a 2014*, como resultado, teve uma entrada de 15.908 megawatts no parque gerador brasileiro, perfuração de 372 poços de exploração de petróleo, 538 mil ligações de energia elétrica, 5.100 km de rodovias concluídas, 1.000 km de ferrovias, 30 empreendimentos em portos e 37 em aeroportos, 238 cidades com sistema de abastecimento de água implantado e 1.601 empreendimentos de saneamento concluídos. Segundo o site do Governo Federal, a oferta de crédito dos bancos públicos para o setor turístico cresceu 13 vezes e a receita do setor aumentou em 170%, resultando em 20 mil projetos apoiados pelo Ministério do Turismo em mais de 4.600 municípios.

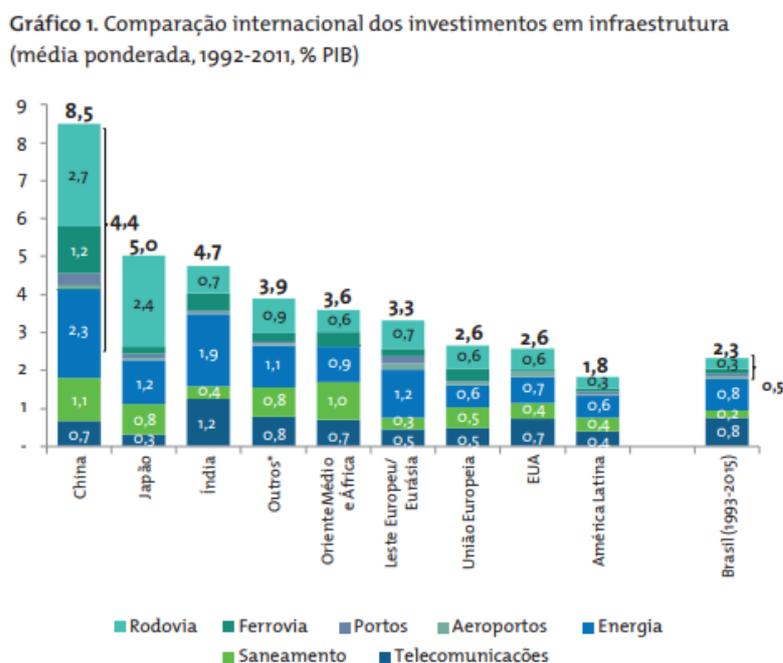
Durante todo esse tempo, o mercado chinês estava em expansão e a alta demanda de matéria prima elevou o preço das *commodities*<sup>7</sup>, o que favoreceu a entrada de recursos no país, devido à grande produção da indústria primária brasileira, e consequentemente o aumento no volume de investimentos. A pesquisa *Infraestrutura no Brasil: ajustando o foco*, do BNDES, apresenta um quadro comparativo mundial dos investimentos em infraestrutura entre 1992 e 2011, a partir

---

<sup>7</sup> Commodities, segundo o site de agronegócio na bolsa de valores ToroRadar: “são produtos que funcionam como **matéria-prima**, produzidos em escala e que podem ser estocados sem perda de qualidade, como petróleo, suco de laranja congelado, boi gordo, café, soja e ouro. Commodity vem do inglês e originalmente tem significado de **mercadoria**. Dessa forma seu preço é determinado pelo mercado mundial como uma consequência da oferta e demanda, e não pela empresa que a produz, uma vez que sua “marca” não importa tanto”, disponível em: <<https://www.tororadar.com.br/blog/commodities-o-que-e-significado>> Acesso em: 09/09/2018.

das porcentagens relativas ao PIB de cada país. A China sai em disparado no primeiro lugar, com 8,5% de seu PIB investido no setor, quase 4 vezes mais que os EUA, como mostra a Figura 17. Já o Brasil, com um investimento de 2,3%, superou a média dos países da América Latina e dedicou aproximadamente o mesmo tanto que países mais desenvolvidos da União Europeia, contudo, ficou bem abaixo de outras economias emergentes. Além disso, a distribuição de recursos não foi muito favorável ao longo dos anos, pois cerca do total investido em infraestrutura, 0,8% do PIB foi direcionado para comunicações, praticamente a metade dos recursos, uma proporção que no cenário internacional ficou atrás somente da China e da Índia; enquanto o saneamento básico recebeu apenas 0,2%, um quinto do orçamento chinês e metade do da América Latina.

Figura 17 – Comparação internacional dos investimentos em infraestrutura



Fontes: Para o Brasil, BNDES – dados de 2001 a 2015 – e Bielschowsky (2002) – dados de 1993 a 2000; para os demais, McKinsey Global Institute (2013).

\* Austrália, Canadá, Coreia do Sul, Croácia, Emirados Árabes Unidos, Islândia, Lichtenstein, Noruega, Nova Zelândia, Cingapura, Suíça e Taiwan (Taipei).

Nota: Com uma casa decimal, os percentuais de investimentos em infraestrutura totais e por segmento no Brasil não mudam ao se restringir o período a 1993-2011, terminando no mesmo ano que os dados das demais economias. A média dos investimentos em logística, por sua vez, ficou igual em 0,5% do PIB, nos períodos 1993-2001 e 2002-2015. Tais constatações sugerem não haver problemas em comparar os dados do Brasil com os das demais economias.

Fonte: *Infraestrutura no Brasil: ajustando o foco*/BNDES

Com tantos recursos dedicados à estrutura básica chinesa, era de se esperar uma rápida independência em relação ao cenário internacional, o que ocorreu ao final do segundo ciclo do PAC, quando a demanda oriental passou a reduzir e o mercado começou a dar sinais de que iria desacelerar seu crescimento. Em 2015, a então presidente Dilma Rousseff, após conquistar um segundo mandato acirrado nas eleições, contra o concorrente de direita Aécio Neves, optou por realizar uma terceira fase do PAC, com planos de investimento até 2018 que chegavam à casa dos R\$ 600 bilhões. A revista britânica *The Economist*, em sua primeira capa de 2016, publicou uma matéria chamada “*Brazil’s Fall: Dilma Rousseff and the disastrous year ahead*”<sup>8</sup>, vide Figura 18, na qual declarava que a escolha correta seria ter aproveitado a alta de *commodities* para desinflar o Estado, que estava engolindo 36% do PIB, ao invés de garantir mais empréstimos subsidiados e incentivos fiscais para as indústrias. Naquele ano, a queda na demanda chinesa culminou com uma crise política, gerada a partir da operação policial Lava Jato, que investigava um grande sistema de corrupção no governo federal. A aprovação popular da presidente, que já começou o mandato com apenas 51%, caiu para 8% no final do ano e, segundo a revista, o Congresso Nacional, que deveria estar buscando uma maneira de remediar o orçamento, perdeu tempo com um processo de impeachment.

Figura 18 – Capa do *The Economist* sobre a economia no governo Dilma

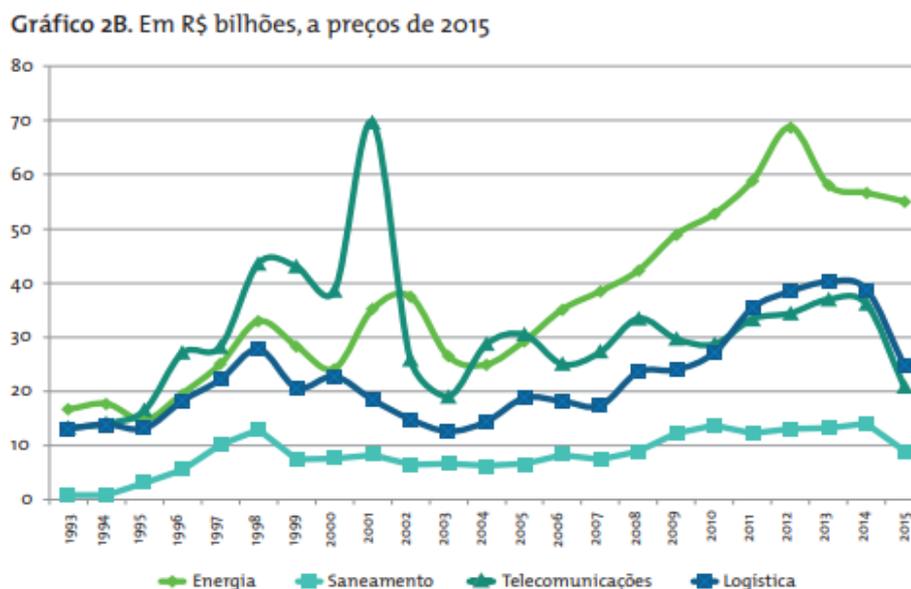


Fonte: *The Economist*

<sup>8</sup> Tradução da autora: “Queda brasileira: Dilma Rousseff e o desastroso ano à sua frente”

Ao assumir o cargo, o vice Michel Temer liberou o saque de até 50% do Fundo de Garantia de Tempo de Serviço (FGTS), cortou o orçamento dos programas sociais e reduziu os juros de crédito, o que finalizou o ano de 2016 com uma inflação de 6,29%, a menor desde 2010. O PAC recebeu um corte de R\$ 7,48 bilhões, dos quais R\$5,2 foram contingenciados para cumprir com a meta fiscal de 2017 e R\$2,28 bilhões foram remanejados para órgãos com dificuldade financeira. A crise fica clara na Figura 19, retirada também da pesquisa do BNDES, que apresenta a queda abrupta de recursos em infraestrutura no ano de 2015, impedindo a finalização do último ciclo do programa. A queda do orçamento, no entanto, foi compensada por um aumento de 15% por parte dos investimentos privados e das estatais no programa, no primeiro semestre de 2017, o que garantiu, no segundo semestre do mesmo ano, a execução de  $\frac{2}{3}$  dos gastos planejados pelo programa e a conclusão de 40,6% dos projetos. Em 2017, também foi lançado o programa Agora é Avançar, que tem por objetivo concluir as obras paradas nos últimos anos, com investimentos de R\$ 130 bilhões em saúde, educação, transporte, saneamento, esporte, cultura, defesa, comunicações, energia e habitação.

Figura 19 – Histórico de investimentos em infraestrutura no Brasil



Fontes: BNDES, Bielschowsky (2002) e Frischtak e Noronha (2016).

Nota: Cálculo com base na variação do deflator implícito da Formação Bruta de Capital Fixo.

Fonte: *Infraestrutura no Brasil: ajustando o foco*/BNDES

O preço da estabilidade financeira nacional, porém, foi às custas de uma deterioração da situação social. A publicação do Carta Capital *A crise econômica, o legado de Temer e a Eleição* afirma que 20 milhões de indivíduos passaram para baixo da linha da pobreza, enquanto outros 9 milhões caíram para a situação de extrema pobreza, além de ter ocorrido um aumento do trabalho informal exploratório, devido aos 12,3 milhões de novos desempregados. O texto indicou ainda que era melhor que candidatos de centro-direita ficassem longe do pódio das eleições, para que as privatizações não impedissem a dinamização da economia a curto prazo. A sexta maior rede de contabilidade do mundo, Grant Thornton, lançou, em 2018, o estudo *Infraestrutura: oportunidades e desafios para 2025*, sobre o cenário brasileiro. A publicação informa que, em 2017, o Brasil ocupava o 114º lugar em termos de infraestrutura mundial.

Segundo o texto, o país deveria investir 2,41% de seu PIB para manter as atuais condições de infraestrutura. No entanto, as médias de 2001 a 2010 e 2011 a 2014 foram, respectivamente, 2,04% e 1,97%, sendo que em 2015 essa porcentagem caiu ainda mais, para 1,7%. Ou seja, algumas instalações estão lentamente se degenerando, sem os serviços de manutenção adequados. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDS) estima um crescimento médio de 13% nos investimentos em infraestrutura para os próximos 3 anos, devido a um aumento de parcerias com o setor privado. A Associação Brasileira de Infraestrutura e Indústria de Base (Abdib) indica que o setor privado investe mais que o público em energia (56%) e comunicação (93%), mas que a participação ainda é baixa em saneamento (10%) e transportes (23%). Em 2017, também houve um ingresso de empresas chinesas no mercado nacional de infraestrutura, com a compra de ativos chegando a US\$ 60 bilhões em energia, transporte e saneamento, liderando o avanço das entradas de capital estrangeiro.

No mesmo ano, surgiu um grupo nacional de empresários voluntários, o Infra2038, cujo objetivo é colocar o Brasil entre os 20 primeiros países do ranking mundial de infraestrutura do Fórum Econômico Mundial, um avanço de 53 posições em 20 anos. Segundo os cálculos da organização, será necessário um investimento de R\$ 8,7 trilhões, sendo 37% para ferrovias, rodovias, portos e aeroportos; 27% para energia elétrica, 16% para telecomunicações; 11% para saneamento e 9% para

mobilidade urbana. A esperança é que, ao final do projeto, o país entre em um ciclo virtuoso e volte a investir em infraestrutura a mesma porcentagem do PIB destinada a esse fim nos anos 70: 6,5%. Para isso, o grupo apresentou um relatório de sugestões presidenciais, recomendando estudos de viabilização de novas concessões para 2020, e tem buscado formas de arrecadação independente.

O texto da empresa de contabilidade, recém citado, aponta também que um dos maiores desafios para a viabilização de projetos de infraestrutura é a estruturação do financiamento. Nos últimos anos, as instituições privadas financeiras tiveram uma atuação pequena na concessão desse tipo de crédito, com prazos mais extensos e maior exposição ao risco. Na verdade, enquanto a participação de bancos públicos no mercado de crédito em geral só tem crescido no país, desde 2009, chegando a 35% do PIB em 2016, os bancos privados têm se mantido na faixa dos 15%. Contudo, o novo governo declarou<sup>9</sup> abertamente suas intenções de parceria com os banqueiros para a estruturação de seu governo, o que deveria facilitar a participação dessas empresas no financiamento de obras. O *The Economist*, porém, se mostra desacreditado e não prevê melhoras na economia nacional. Em 2018, o atual presidente foi capa da publicação de setembro, intitulada “*Jair Bolsonaro, Latin America’s latest menace*<sup>10</sup>” (Figura 20), e retornou aos holofotes do jornal em março de 2019, com a manchete “*Jair Bolsonaro, Brazil’s apprentice president*<sup>11</sup>” (Figura 21), ambas criticando a ausência de discernimento, a incapacidade de governar e o aumento da crise social iniciada em 2017, com as medidas de Temer.

A seguir, um detalhamento da situação da infraestrutura no país, com base nas fases de contato do turista. O documento *Estudos da competitividade do turismo brasileiro*, do Ministério do Turismo, classifica três tipos de infraestrutura turística: de acesso, de recepção e de comunicação. A primeira é o que garante a facilidade de movimentação entre os pontos de chegada e os mais variados pontos turísticos da região, criando uma malha de acessibilidade e conexão entre atrativos. A segunda garante o conforto e o interesse dos turistas por determinadas localidades e, por fim,

---

<sup>9</sup> Matéria “O poder dos bancos no governo Bolsonaro”, do dia 7 de novembro de 2018. Disponível em: <<http://www.vermelho.org.br/noticia/316823-1>> Acesso em: 17/09/2018.

<sup>10</sup> Tradução da autora: “Jair Bolsonaro: mais nova ameaça da América Latina”

<sup>11</sup> Tradução da autora: “Jair Bolsonaro, o aprendiz de presidente do Brasil”

a terceira permite que eles tenham acesso à informação sobre os lugares de visitação. A relação desequilibrada dessas infraestruturas pode levar a dois tipos de cenários: 1) capacidade de transporte maior que recepção, que leva a uma ampla deterioração do patrimônio e posterior queda do fluxo turístico; ou 2) capacidade de recepção maior do que de transporte, que abaixa o desempenho da atividade turística e subutilização do capital investido. Em ambos os cenários, a comunicação em excesso pode superlotar a estrutura em crise, seja a de recepção no primeiro ou de acesso, no segundo.

Figura 20 - Capa do *The Economist* sobre Jair Bolsonaro



Fonte: *The Economist*

Figura 21 - Manchete do *The Economist* sobre primeiros meses de governo Bolsonaro



Fonte: *The Economist*

#### 4.1 Infraestrutura de Acesso

O acesso é composto, ainda segundo o arquivo do Ministério do Turismo, pelo sistema de aeroportos, pela malha rodoferroviária e pelas vias portuárias marítimas e fluviais. E de acordo com o relatório *Estudos da competitividade do turismo brasileiro*, o Ministério do Turismo aponta que as medidas necessárias no âmbito de infraestrutura de acesso são: aumento da participação de investimentos federais e estaduais no setor de transportes; planejamento de ações de desenvolvimento para aeroportos regionais em parceria com as secretarias de turismo, com o objetivo de integração dos vários tipos de infraestrutura e o aumento sustentável do fluxo de turistas; aumento da colaboração público-privada na homogeneização da qualidade de estradas e uma maior exigência no detalhamento desses contratos, em relação a tarifas e resultados programados; e, por fim, reorganização do sistema ferroviário e aumento da integração com as hidrovias. Apesar do documento ser de 2007, ele ainda é o mais recente, visto que existe uma estagnação do setor de transportes que já perdura por 40 anos, logo, pode-se dizer que as recomendações permanecem as mesmas.

Em 2006, o Ministério dos Transportes e o Ministério da Defesa realizaram uma parceria para criar o Plano Nacional de Logística e Transportes (PNLT), cujo principal objetivo é o de recolher informações de demanda, necessidades e dificuldades do setor em todo o território nacional, além de modelagens macroeconômicas para auxiliar na produção dos Planos Plurianuais até 2025, prevendo cenários, otimizando o uso de recursos e tornando mais eficiente o planejamento da retomada de investimentos. As pesquisas foram atualizadas em 2009 e em 2011 e resultaram na criação de uma plataforma de banco de dados georreferenciados, o Sistema de Informações de Planejamento Regional de Transportes; três relatórios executivos, mais um portfólio com 111 projetos prioritários para investimentos (de um total de 1.167); e uma demanda de R\$ 2 bilhões ao ano para os PPA's de 2010 e 2014. A Figura 22 e a Figura 23, a seguir, apresentam os pesos em quantidade, investimento e extensão dos projetos selecionados para o portfólio, assim como a previsão de execução solicitada por eles. Os dados sobre transporte aéreo foram recolhidos separadamente e servem de base para a construção dos Planos Aeroviários dos Estados.

Figura 22 – Percentual de projetos por modo

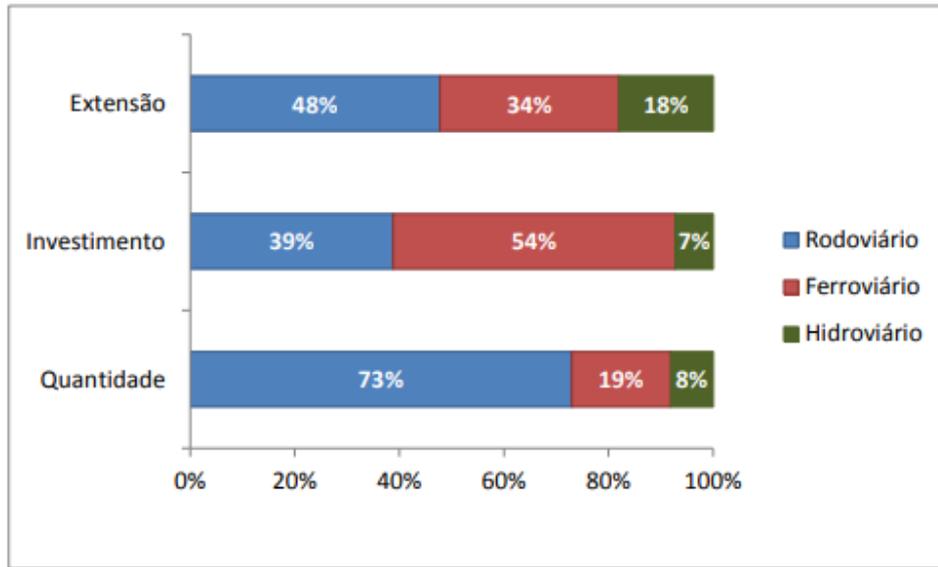


Figura 52: Percentual de projetos do portfólio prioritário por modo

Fonte: Base de dados georreferenciada/MTrans

Figura 23 – percentual de projetos por prioridade

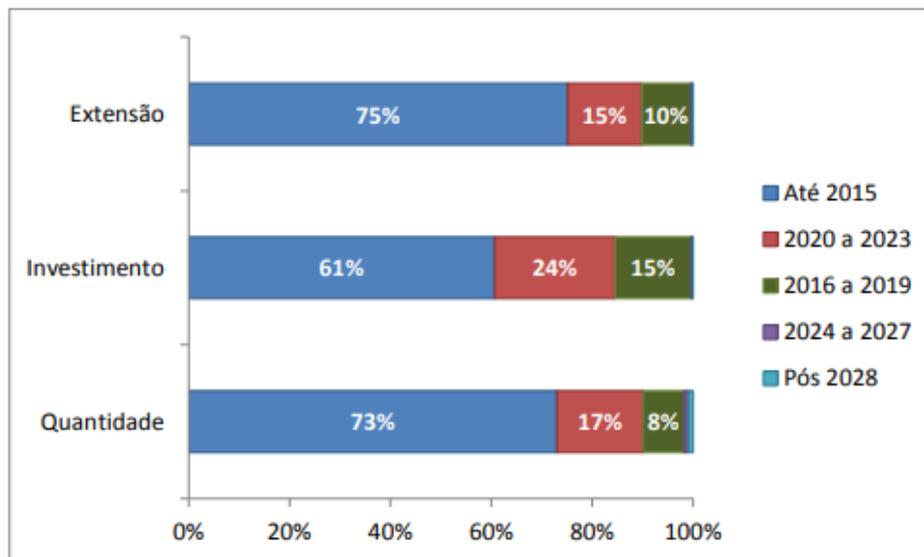


Figura 55: Percentual de projetos por período recomendado de implantação

Fonte: Base de dados georreferenciada/MTrans

Em agosto de 2012, foi lançado o Programa de Investimentos em Logística (PIL), com o objetivo de melhorar a integração entre as diferentes malhas de transportes a partir de concessões e financiamentos a juros baixos. A previsão de

gastos era de R\$ 253 bilhões em 30 anos, em 7,5 mil quilômetros de rodovias, 11 mil quilômetros de ferrovias, 270 aeroportos estaduais e R\$ 30,6 bilhões em portos e terminais de uso privado (TUP), com aprofundamento e manutenção dos canais de acesso, bacia de evolução e berços. Ao final de três anos, foram realizadas apenas seis concessões para duplicação de estradas, nenhuma de ferrovia, 5 aeroportos e 130 TUP's autorizados. Como apenas  $\frac{1}{3}$  dos investimentos previstos foi realizado, em 2015, foi feita uma segunda tentativa do programa, reunindo 66 projetos do PIL anterior em um investimento de R\$ 198,4 bilhões, dessa vez com o foco na malha ferroviária e no Programa de Desenvolvimento da Aviação Regional, e com uma maior liberdade para os empresários, sem tentativas de controle da taxa de retorno por parte do governo e marcos regulatórios mais atraentes.

Entre 2010 e 2016, o orçamento foi reduzido drasticamente, como é possível observar na Figura 24, assim, novamente, após um ano, o projeto havia avançado somente no setor portuário e foi cancelado em prol de uma terceira tentativa de conseguir investimentos por meio de concessões: em 2016 foi lançado o Programa de Parcerias e Investimentos (PPI), com um Conselho e Secretaria próprios, agências reguladoras, apoio e financiamento do BNDES e, por fim a Empresa de Planejamento e Logística (EPL) vinculada diretamente à Secretaria do PPI para realizar estudos e projetos relacionados às concessões, subsidiar a formulação, planejamento e implementação de projetos e preparar os relatórios de licenciamento ambiental. Segundo o relatório anual *Balanço 2017 avançar*, em 18 meses de existência, foram qualificados 145 projetos, dos quais 70 já foram concluídos, entre eles 20 leilões e 50 contratos, e outros 75 estão em andamento. O interesse internacional também aumentou, empresas de 16 países participam atualmente dos leilões.

O programa aprovou, no mesmo ano, a segunda fase do Plano Nacional de Logística, que tinha uma previsão de R\$ 200 bilhões em investimentos no setor de transportes, sendo R\$69,2 bilhões até 2018 e R\$129,2 bilhões a partir de 2019. 43% está destinado a ferrovias, 33% para rodovias, 19% para portos e hidrovias e 4% no aeroportuário. Isso não significa, porém, que o governo está lançando novas obras, mas sim retomando projetos antigos que estavam paralisados por conta da crise econômica e política. O montante, contudo, é insuficiente para melhorar o transporte no país a curto prazo. Apesar dos avanços no setor, o investimento do Brasil em

transportes ainda não passa 0,6% do PIB nacional e, pelo histórico, a probabilidade de aumento é baixa. Enquanto isso, países desenvolvidos colocam mais de 10% de seus PIBs no setor e, países em ascensão, como Rússia, Índia, China, Coréia, Vietnã, Chile e Colômbia, investem em média 3,2%. A Figura 25 apresenta os resultados práticos dessa diferença de importância. Carlos Campos Neto, autor dos livros de infraestrutura econômica do IPEA em entrevista<sup>12</sup> para O Dia, que o risco é o país ficar para trás na competição internacional de mercado, devido ao encarecimento dos produtos pelo transporte precário.

Figura 24 – Histórico de investimento da União em transportes



Fonte: *Balanço 2017 avançar/MPlan*

<sup>12</sup> Matéria “Os problemas da malha ferroviária brasileira”, do dia 2 de junho de 2018. Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/brasil/2018/06/5545588-como-o-brasil-perdeu-o-trem-da-historia.html>> Acesso em: 17/09/2018.

Figura 25 – Panorama internacional de infraestrutura de acesso



Fonte: Jornal O Dia

A Fundação Dom Cabral, escola de negócios com atuação internacional para desenvolvimento e capacitação de executivos, empresários e gestores públicos, lançou, em junho de 2018, a Plataforma de Infraestrutura em Logística de Transportes, que pretende se tornar a primeira base de dados em tempo real do país, cruzando informações sobre investimentos em logística e os impactos esperados sobre o setor de transportes. Para prever a situação brasileira em 2025, a ferramenta considerou que todas as principais obras em andamento no país serão entregues no prazo determinado e, mesmo com o cenário otimista, a conclusão foi de que as estradas vão piorar, os modais ferroviário e hidroviário não irão aumentar sua participação e os custos logísticos irão aumentar, devido a um aumento de 40% na demanda nacional. A plataforma sugere ainda que, para resolver a situação, é preciso elevar os investimentos em ferrovias e hidrovias a longo prazo, ao mesmo tempo em que se aplique capital continuamente na manutenção das rodovias, o que demanda um aumento significativo de orçamento. De acordo com a estatal Empresa de Planejamento e Logística (EPL), seriam necessários R\$ 132 bilhões até 2025, sendo R\$ 92,7 bilhões para rodovias ainda não concedidas, R\$ 37,3 bilhões para aperfeiçoamentos e ampliação de rodovias já concedidas, e R\$ 2,6 bilhões para ferrovias.

#### 4.1.1 Aeroportos

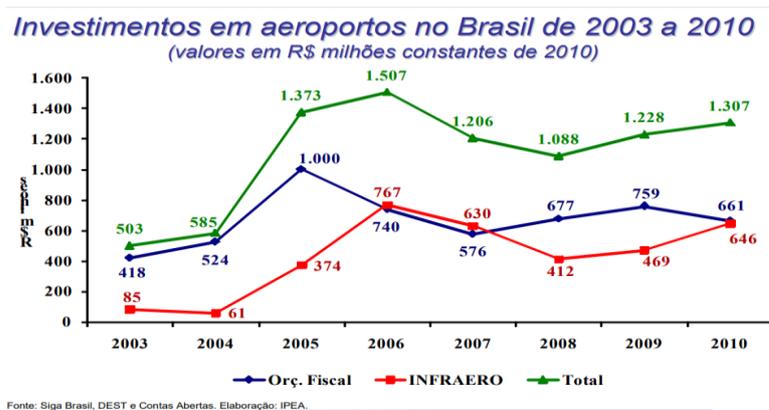
A construção de um aeroporto por si só não é capaz de elevar o fluxo turístico, no entanto sua ausência pode significar uma grande desvantagem competitiva. Essa é a porta de entrada do turista para uma determinada localidade e onde começa a cadeia de infraestrutura de acesso, que faz todo o sistema turístico funcionar. É extremamente necessário que haja essa ponte de longa distância entre o ponto de origem e o ponto de interesse, para que o viajante se sinta convidado a acessar aquela determinada área e conhecer tudo aquilo que ela tem a oferecer. Além disso, é a ligação com toda a infraestrutura da região, como estradas, hotéis, praças de alimentação, entre outros, o que significa que é preciso estar constantemente atualizado tanto em estrutura quanto em informação, de maneira integrada com o funcionamento da cidade em que se encontra, para que o turista se sinta bem recebido e auxiliado durante sua estadia.

Desde 1973, os principais aeroportos do país, de grande porte, mais movimentados e normalmente internacionais, são, em sua maioria, administrados pela Empresa Brasileira de Estrutura Portuária (Infraero), a partir da gestão de recursos gerados por tarifas portuárias e capital da União Federal. Enquanto isso, aeroportos regionais são responsabilidade dos governos estaduais e dependem do dinheiro público para seu bom funcionamento. Ao contrário da gestão centralizada da Infraero, que prioriza o desenvolvimento integrado e as demandas mais urgentes no cenário nacional, os estados devem contar com as Secretarias Estaduais de Turismo para montar seu Planos Aeroviários Estaduais. Dessa forma, é possível integrar demandas locais da comunidade com as propostas de ampliação da capacidade de transporte aéreo de turistas, gerando ciclos de colaboração entre as diferentes áreas estratégicas para o desenvolvimento regional uniforme.

A situação do setor aeroportuário, no entanto, não estava em boas condições na virada do milênio. Visto que o país passou 20 anos em recessão, os primeiros investimentos no modal começaram a aparecer em 2005, como mostra a Figura 26, retirada da pesquisa *Aeroportos no Brasil: investimentos recentes, perspectivas e preocupações*, do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). Mesmo assim, de acordo com a pesquisa, de 2003 a 2010, o investimento total em aeroportos no

país inteiro foi de R\$ 8,8 bilhões, o que dá R\$1,1 bilhão ao ano, quantia que não chega a ser 1% do total de investimentos públicos de 2003 (R\$104,3 bilhões), ano de menor participação estatal das últimas duas décadas. Desses R\$ 8,8 bilhões, R\$ 7,5 bilhões eram destinados à Infraero, o que literalmente deixou os aeroportos regionais estagnados por todo esse período.

Figura 26 – Histórico de investimento em aeroportos no Brasil



Fonte: *Aeroportos no Brasil: investimentos recentes, perspectivas e preocupações/IPEA*

Figura 27 – Capacidade e movimentação dos maiores aeroportos do país em 2010

ipea Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

**Capacidade versus Movimentação nos Aeroportos Brasileiros em 2010**  
Mil pax ano

	Capacidade do terminal	Movimento de passageiros	Limite de eficiência operacional (80% da capacidade)	Ocupação (%)
1. Guarulhos (SP)	20.500,0	26.744,0	16.400,0	130,46
2. Congonhas (SP)	12.000,0	15.481,0	9.600,0	129,01
3. Brasília (DF)	10.000,0	14.149,0	8.000,0	141,49
4. Galeão (RJ)	18.000,0	12.229,0	14.400,0	67,94
5. Santos Dumont (RJ)	8.500,0	7.805,0	6.800,0	91,82
6. Salvador (BA)	10.500,0	7.540,0	8.400,0	71,81
7. Confins (MG)	5.000,0	7.261,0	4.000,0	145,22
8. Porto Alegre (RS)	4.000,0	6.676,0	3.200,0	166,90
9. Recife (PE)	8.000,0	5.933,0	6.400,0	74,16
10. Curitiba (PR)	6.000,0	5.769,0	4.800,0	96,15
11. Fortaleza (CE)	3.000,0	5.073,0	2.400,0	169,10
12. Viracopos (SP)	3.500,0	5.022,0	2.800,0	143,49
13. Manaus (AM)	2.500,0	2.705,0	2.000,0	108,20
14. Florianópolis (SC)	1.100,0	2.676,0	880,0	243,27
15. Vitória (ES)	560,0	2.645,0	448,0	472,32
16. Belém (PA)	2.700,0	2.571,0	2.160,0	95,22
17. Natal (RN)	1.900,0	2.413,0	1.520,0	127,00
18. Goiânia (GO)	600,0	2.349,0	480,0	391,50
19. Cuiabá (MT)	1.600,0	2.134,0	1.280,0	133,38
20. Maceió (AL)	1.200,0	1.425,0	960,0	118,75

Fonte: Infraero. Elaboração: Ipea. Nota: **Vermelho** = movimentação acima da capacidade. **Amarelo** = movimentação entre 80% e 100% da capacidade. **Verde** = movimentação abaixo de 80% capacidade.

Fonte: *Aeroportos no Brasil: investimentos recentes, perspectivas e preocupações/IPEA*

Outro agravante foi que a estatal utilizou apenas 44% dos recursos disponíveis para manutenção e ampliação das unidades que ela controlava (67 ao todo, representando 97% da demanda nacional de viagens). Isso, porque os prazos estipulados pela Infraero para execução de obras eram impraticáveis: um ano para elaboração de projeto, mais de três para a liberação ambiental, seis meses para licitação e mais 3 anos para início e conclusão das obras, dando um total de 7 a 8 anos gastos por projeto. Claramente, os recursos programados eram insuficientes para suprir as necessidades da demanda em expansão: no período analisado, foi registrado um aumento de 116% no fluxo de passageiros e de 50% no trânsito de aeronaves. A Figura 27 mostra uma tabela com os 20 maiores aeroportos do país em 2010, dos quais 14 estavam com uma movimentação acima da capacidade e outros 3 estavam quase no limite de 100%. A conclusão do IPEA foi de que, se as condições de execução se mantivessem as mesmas, as chances do país estar preparado para a Copa do Mundo de 2014 eram muito remotas e que, mesmo que as obras fossem todas concluídas, devido ao aumento exponencial da demanda, 10 dos 13 terminais a serem expandidos já estariam com superlotação na data do evento.

Preocupado com o desempenho do país no evento internacional mais valorizado pelo povo brasileiro, o Governo Federal incluiu na segunda edição do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC II) a concessão de aeroportos para a gestão de empresas privadas. O objetivo era desburocratizar e, portanto, acelerar o processo de investimento em infraestrutura, dispensando licitações, concorrência para contratação e outros entraves da administração pública. Os 12 principais aeroportos das cidade-sede receberam investimentos de R\$3,3 bilhões para aumentar em até 81% a capacidade. Após os primeiros leilões, o crescimento médio do transporte aéreo foi 3,5 vezes maior que o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e 14 vezes maior que o crescimento populacional do país, a uma taxa de 14,35% ao ano.

A demanda foi mais do que triplicada e, segundo a Organização de Transporte Aéreo Internacional (IATA), o Brasil chegou a ser o terceiro maior mercado do mundo em voos domésticos em 2015, atrás apenas de Estados Unidos e China, mas com a última crise, caiu para a nona posição no início de 2017. Mesmo em ano de crise, a Secretaria Nacional de Aviação Civil do Ministério dos Transportes realizou uma pesquisa de satisfação do passageiro nos 20 maiores aeroportos brasileiros,

responsáveis por 87% da movimentação de demanda no país. No quarto semestre de 2017, foram entrevistadas 13.908 viajantes, dos quais 91% considerou as instalações como “boas” ou “muito boas”, 1% a mais do que no ano anterior. A média do índice de satisfação foi 4,35 de 5 e o único terminal que ficou abaixo da meta 4, estipulada pelo governo, foi o Aeroporto Internacional Luís Eduardo Magalhães, em Salvador (BA). E, mesmo assim, ele apresentou uma melhora de 3,8% em comparação com o ano anterior.

Se tratando de empresas aéreas, o Ministério do Turismo acredita que o número de companhias atuantes é uma boa medida da capacidade de impulsionar o turismo local e, nesse quesito, também é possível perceber um crescimento. Em setembro de 2008, a revista *Análise Econômica*, de Porto Alegre, publicou a pesquisa *Análise da eficiência de companhias aéreas brasileiras*, cuja conclusão era a de que das 16 empresas atuantes no mercado, apenas 3 estavam acima da fronteira de eficiência. Em 2012, apesar da falência de 5 dessas companhias, já existiam 19 em atuação, com mais 75 estrangeiras, sendo que 98% dos passageiros transportados eram divididos entre seis grandes concorrentes: Gol, Tam, Azul, Trip, Avianca e WebJet.

O país também está em segundo lugar no ranking mundial quando o assunto é quantidade de aeroportos, perdendo apenas para os EUA: existem, hoje no Brasil, mais de 2 mil instalações, entre públicas, civis e privadas. Do total, 710 são aeroportos com pistas pavimentadas, dos quais 107 recebem voos comerciais regulares. Destes, a Infraero ainda administra 54 e 17 estão sendo controlados por concessionárias privadas. Contudo, um dado interessante é apresentado na Figura 28, recolhida do Sistema Hórus, um banco de dados online e disponível para consulta pública, lançado pelo Governo Federal em 2017, que reúne informações de infraestrutura, operações, desempenho e movimentações de 303 aeroportos brasileiros em operação. A imagem indica a quantidade de aeródromos com voos regulares ao longo dos últimos 14 anos, assim como a concentração de passageiros. Fica claro que, apesar dos investimentos privados e do aumento da demanda, que aceleraram o crescimento do mercado, houve uma redução na quantidade de aeroportos em funcionamento.

Figura 28 – Relação de passageiros e aeródromos em funcionamento

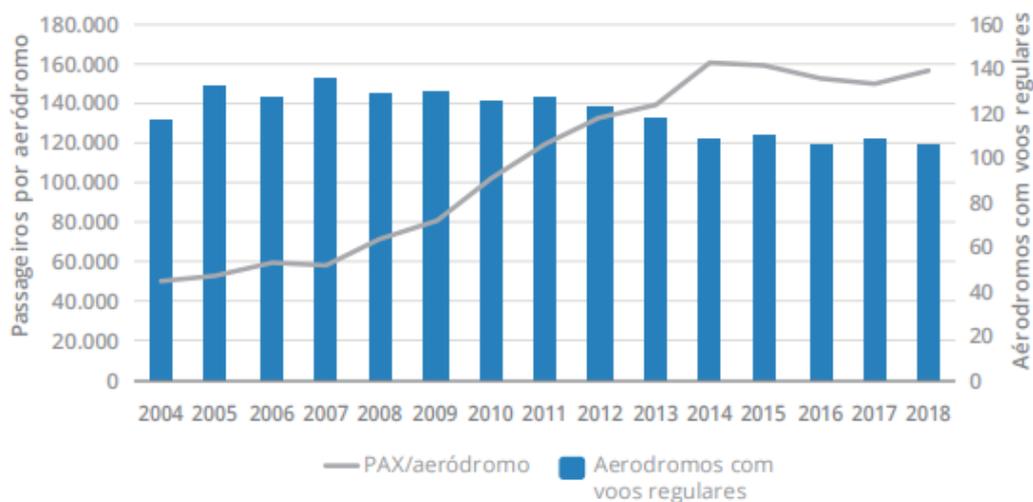


Gráfico 8 - Número médio de aeródromos recebendo voos regulares (evolução anual média) e concentração média de passageiros por aeroportos

Fonte: Sistema Hórus (BRASIL, 2018). Elaboração: LabTrans/UFSC (2018)

Fonte: Sistema Hórus/ GF

O foco na Copa do Mundo fez com que todo o orçamento fosse voltado para os principais aeroportos do país, localizados nos centros metropolitanos onde ocorreriam os jogos, e o restante da malha regional, que já estava abandonada diante dos olhos do Estado, entrou em processo de decadência. Os dados disponíveis nos relatórios anuais da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) mostram que o Brasil já chegou a ter, na década de 1940, 342 localidades atendidas por linhas regulares. Em 2010, esse número havia baixado para 101, cinco anos depois eram 81 e em 2018 já são 78. Entre a Copa e as Olimpíadas, os números continuaram caindo. Em 2014 estavam registrados 3.847 aeródromos civis, dos quais 716 eram públicos e 3.131 privados. Já ao final de 2016, eram 2.571 registros, sendo 608 públicos e 1.963 privados.

A Confederação Nacional do Transporte (CNT) afirmou, em 2013, que o setor aéreo demandaria entre R\$ 42 bilhões e R\$ 57 bilhões até 2020, e durante a elaboração do PAC II, foi criado o Plano Nacional de Aviação Regional (PNAR), financiado pelo Banco do Brasil, que iria investir R\$ 7,3 bilhões em 270 aeroportos regionais de todo o país, além de capacitação de funcionários e subsídio de operações. O objetivo era integrar o território nacional, aumentar a quantidade de

instalações incorporadas na rede de aeroportos com voos regulares, fortalecer pontos turísticos, desenvolver polos regionais, melhorar a mobilidade para as comunidades da Amazônia Legal e ampliar o acesso da população a serviços aéreos, de forma que 96% dos brasileiros estivessem há menos de 100 km de distância de um aeroporto.

A empresa de consultoria Urban Systems analisou, no mesmo ano, o potencial de desenvolvimento dos 270 terminais contemplados pelo programa e elencou um ranking dos 100 aeroportos regionais mais bem pontuados como empreendimentos, com notas de 0 a 100, de acordo com critérios de infraestrutura, localização, transporte de passageiros, transporte de cargas, hospedagem, varejo e formação dos funcionários. O resultado, apresentado na Figura 29, mostra que apenas o aeroporto de São José dos Campos, no Brasil inteiro, tinha uma média boa de competitividade, sendo que, acima da média 50, só havia ele e mais dois. Todo o resto apresentou resultados ruins e péssimos para os quesitos avaliados. E, ao contrário do que afirmavam as metas iniciais do programa, os resultados foram bem diferentes do planejado.

Segundo o *Relatório 19 de 2016 de avaliação de políticas públicas quanto ao Plano de Desenvolvimento da Aviação Regional*, da Comissão de Desenvolvimento Regional e Turismo, o Governo Federal havia anunciado, naquele mesmo ano, uma nova previsão reduzida, de 53 projetos com um investimento de R\$ 2,4 bilhões até 2020, tendo sido suspensos os aeroportos para os quais não haveria viabilidade técnica e priorizados os locais com empresas interessadas em concessões. A conclusão do documento é de que nem mesmo essa meta mais modesta tem probabilidade de se concretizar, uma vez que os investimentos federais dependem de medidas dos governos locais, como regularização patrimonial (que pode envolver extensas desapropriações) e garantia legal de proteção do sítio aeroportuário, que pode envolver a elaboração ou alteração de Leis de Uso e Ocupação do Solo e todas as complicações que vem com um processo legislativo.

Antigamente, a operação dos aeroportos públicos era realizada apenas com os recursos orçamentários dos estados, mas em 1967 foi criado o Fundo Aeroviário, que tinha uma parte dos seus recursos vinda dos impostos sobre combustíveis e a outra da chamada Adicional de Tarifa Aeroportuária (Ataero). Esses recursos poderiam ser utilizados para o custeio administrativo dos aeroportos em geral, sendo uma forma de

100

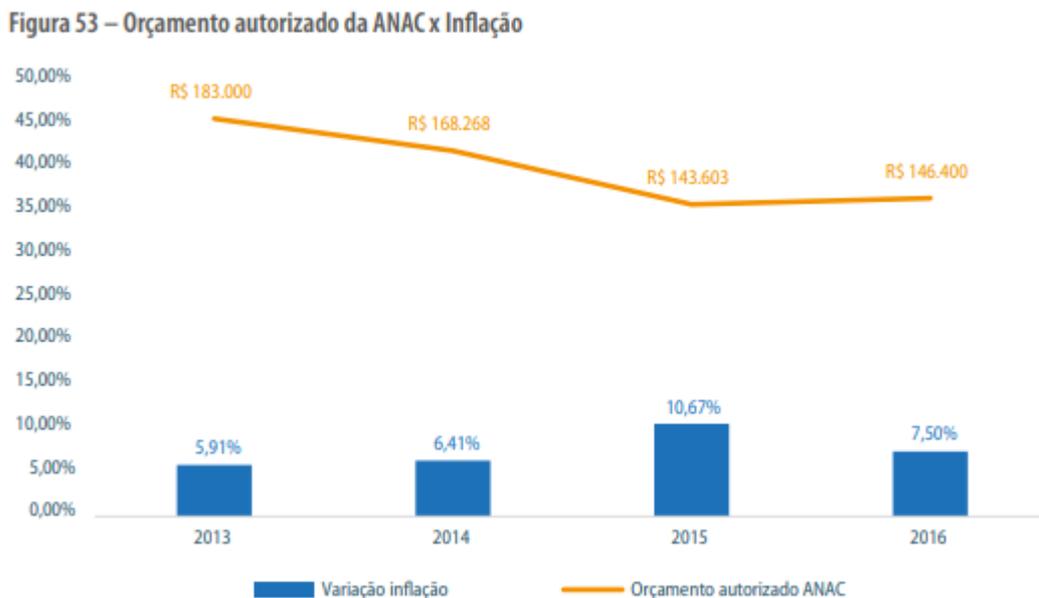
equilibrar os orçamentos de instalações rentáveis e deficitárias. Inclusive, é essa a fonte de recursos do Plano de Aviação Regional e também do Programa Federal de Auxílio a Aeroportos (PROFAA), criado em 1992 para realizar convênios entre a Secretaria de Aviação Civil da Presidência da República e os estados, com base em seus planos de aviação. Uma vez que aeroportos menores, com baixo movimento operacional, possuem muitas dificuldades para elevar suas receitas gerais, eles se tornam extremamente dependentes de aportes de recursos, para realizar seus investimentos.

Figura 29 – Melhores aeroportos regionais em termos de desenvolvimento econômico

Melhores aeroportos regionais em termos de desenvolvimento econômico			
Ranking	Município	UF	IQM*
1º	São José dos Campos	SP	71,87
2º	Ribeirão Preto	SP	50,39
3º	Joinville	SC	50,09
4º	Campos dos Goytacazes	RJ	49,38
5º	Uberlândia	MG	49,18
6º	Maringá	PR	47,11
7º	Cascavel	PR	44,7
8º	Londrina	PR	44,26
9º	Caxias do Sul	RS	43,39
10º	Foz do Iguaçu	PR	42,77
11º	Macaé	RJ	41,17
12º	Anápolis	GO	40,92
13º	Sorocaba	SP	40,45
14º	Campina Grande	PB	40,37
15º	Bauru	SP	39,76
16º	Presidente Prudente	SP	39,57
17º	Uberaba	MG	39,42
18º	São José do Rio Preto	SP	39,14
19º	Chapecó	SC	37,46
20º	Montes Claros	MG	36,25
21º	Imperatriz	MA	35,65
22º	Santarém	PA	35,36
23º	Juiz de Fora	MG	34,91
24º	Parauapebas	PA	34,54
25º	Petrolina	PE	43,31
26º	Rondonópolis	MT	33,99
27º	Santa Maria	RS	33,59
28º	Araraquara	SP	33,46
29º	Parnaíba	PI	33,42
30º	Porto Seguro	BA	33,42
31º	Passo Fundo	RS	33,3
32º	Vitória da Conquista	BA	32,94
33º	Pelotas	RS	32,67
34º	Juazeiro do Norte	CE	32,38
35º	Dourados	MS	31,75
36º	Marília	SP	31,56
37º	Caldas Novas	GO	31,26
38º	Governador Valadares	MG	30,97
39º	Barreiras	BA	30,79
40º	Araçatuba	SP	30,67
41º	Cabo Frio	RJ	30,63
42º	Feira de Santana	BA	30,09
43º	Araguaina	TO	28,27
44º	Cacoal	RO	27,82
45º	Piraicaba	SP	27,75
46º	Altamira	PA	27,74
47º	Ilhéus	BA	27,7
48º	Marabá	PA	27,45
49º	Três Lagoas	MS	27,03
50º	Rio Verde	GO	26,86
51º	Vilhena	RO	26,83
52º	Bonito	MS	26,33
53º	Patos de Minas	MG	26,28
54º	Araxá	MG	26,2
55º	Mossoró	RN	26,06
56º	Ponta Grossa	PR	26,01
57º	Barbacena	MG	25,91
58º	Corumbá	MS	25,02
59º	Cáceres	MT	24,94
60º	Franca	SP	24,77
61º	Ji-Paraná	RO	24,63
62º	Caruarú	PE	24,06
63º	Angra dos Reis	RJ	23,83
64º	Barretos	SP	23,78
65º	Cruzeiro do Sul	AC	23,54
66º	Parintins	AM	23,33
67º	Lençóis	BA	22,95
68º	Sinop	MT	22,95
69º	Teixeira de Freitas	BA	22,32
70º	Pouso Alegre	MG	22,17
71º	Varginha	MG	22,1
72º	Paulo Afonso	BA	21,78
73º	Linhares	ES	21,76
74º	Tucuruí	PA	21,32
75º	Navegantes	SC	20,83
76º	Toledo	PR	20,82
77º	Paranaguá	PR	20,79
78º	Rio Grande	RS	20,79
79º	Erechim	RS	20,77
80º	Sobral	CE	20,68

Fonte: Urban Systems

Figura 30 – Orçamento autorizado da Anac e inflação (2013-2016)



Fonte: Anac

As dificuldades de se efetivar um convênio, no entanto, acabaram por inutilizar a arrecadação. De 2011 a 2015, foram celebrados 38 convênios pelo PROFAA, dos quais apenas 12 foram concluídos. Em janeiro de 2017, a taxa Ataero, que representava 35,9% das tarifas aeroportuárias, acabou sendo excluída e substituída por um valor extra na outorga de instalações concessionadas, ou seja, de todo o país, apenas 17 aeroportos mantiveram a obrigação de contribuir com o Fundo. A Anac também recebeu um corte de orçamento de 20% entre 2013 e 2016 (dado mais recente publicado pela agência), mesmo com o crescimento contínuo da inflação, como mostra a Figura 30. Foram alocados R\$ 153,3 milhões na Lei Orçamentária Anual de 2016, mas o cenário de contração fiscal acabou por contingenciar R\$ 6,9 milhões. Ainda, a descrição do uso desse valor é separada em duas partes: investimentos, que englobam aquisições de instalações, compra de equipamentos, material permanente e obras; e custeio, que é o dinheiro gasto com o próprio funcionamento e manutenção da agência. E durante o ano em questão, foi definido na LOA que apenas R\$ 9,7 milhões seriam destinados a investimentos, enquanto R\$ 136,8 milhões foram alocados em “outras despesas de custeio”.

Apesar da limitação de recursos, em novembro do mesmo ano, de acordo com uma matéria do site Aeroflap<sup>13</sup>, o Ministério dos Transportes assinou termos de compromisso com 11 aeroportos regionais em 7 unidades da federação, totalizando R\$ 212,4 milhões para obras de ampliação, cumprindo com as novas metas de execução do Plano de Aviação Regional. O investimento total ultrapassou os R\$800 milhões provenientes do Fundo de Aviação, dos quais R\$ 600 milhões já foram aplicados, beneficiando um total de 36 aeroportos. A expectativa do Governo Federal é investir mais R\$ 250 milhões em 2019 e atingir o máximo de unidades da lista inicial de aeroportos aptos a receberem recursos, um total de 177 localidades, das 270 avaliadas em 2016. Além disso, dentre os novos contratos, Cáceres, Sinop e Tangará da Serra, no Mato Grosso; Itaperuna e Resende, no Rio de Janeiro; e Araguaína, no Rio de Janeiro, estão inscritos no Programa Agora é Avançar, do governo federal, que prevê entregas de infraestrutura até o final de 2018.

Uma matéria<sup>14</sup> do jornal O Globo fala que o Governo Federal também planeja privatizar parte da própria Infraero, de 51% a 80%, por meio de um leilão que pode gerar receita de R\$10 bi a R\$ 15 bi. A estratégia já era defendida pela equipe econômica há mais de um ano, mas enfrentava resistência dos responsáveis no setor público. A Secretaria de Estatais (Sest) aprovou a proposta em reunião no primeiro semestre de 2018. O concessionário poderá explorar o serviço público durante 30 anos mediante algumas contrapartidas, como transferência total de funcionários, e a Anac seria responsável por fiscalizar o contrato, os investimentos previstos e a qualidade do serviço. Também faz parte da proposta que a estatal fique sob a dependência da União, caso nenhum investimento seja feito dentro de um ano e meio.

Outra matéria, publicada pela Gazeta do Povo, em março de 2018, chamada “O esgotamento do modelo estatal nos aeroportos”<sup>15</sup>, reforça a tendência dos

---

<sup>13</sup> Matéria “Governo vai investir mais de R\$ 200 milhões nos aeroportos regionais”, de 20 de dezembro de 2017. Disponível em: <<https://www.aeroflap.com.br/governo-vai-investir-mais-de-r-200-milhoes-nos-aeroportos-regionais/>> Acesso em: 06/09/2018.

<sup>14</sup> Matéria “Governo bate o martelo e decide vender a Infraero”, do dia 9 de abril de 2018, publicada no O Globo. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/governo-bate-martelo-decide-vender-infraero-225744621>> Acesso em: 11/09/2018.

<sup>15</sup> Matéria “O esgotamento do modelo estatal nos aeroportos”, do dia 25 de março de 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/artigos/o-egotamento-do-modelo-estatal-nos-aeroportos-9qg6tm5cd9lxw60l3w6cploa7/>> Acesso em: 10/09/2018.

próximos anos de aumentar cada vez mais o número de concessões. A previsão de mais um leilão para o segundo semestre iria deixar a Infraero com um lote de 45 aeroportos (no início do ano eram 54). O Leilão ocorreu no dia 15 de março de 2019, pedindo outorga oficial dos ativos por um período de 25 a 30 anos, sendo o valor total de R\$2,1 bilhões, com previsão de R\$3,5 bilhões em investimentos. O presidente da estatal, Antônio Claret de Oliveira, acredita que mesmo como sócio minoritário, será possível “sair da mesmice” e permitir investimentos maiores. Hoje, empresas de 7 países diferentes estão à frente dos aeroportos concedidos, em parceria com concessionárias brasileiras, sendo eles África do Sul, Alemanha, Argentina, China, Cingapura, França e Suíça.

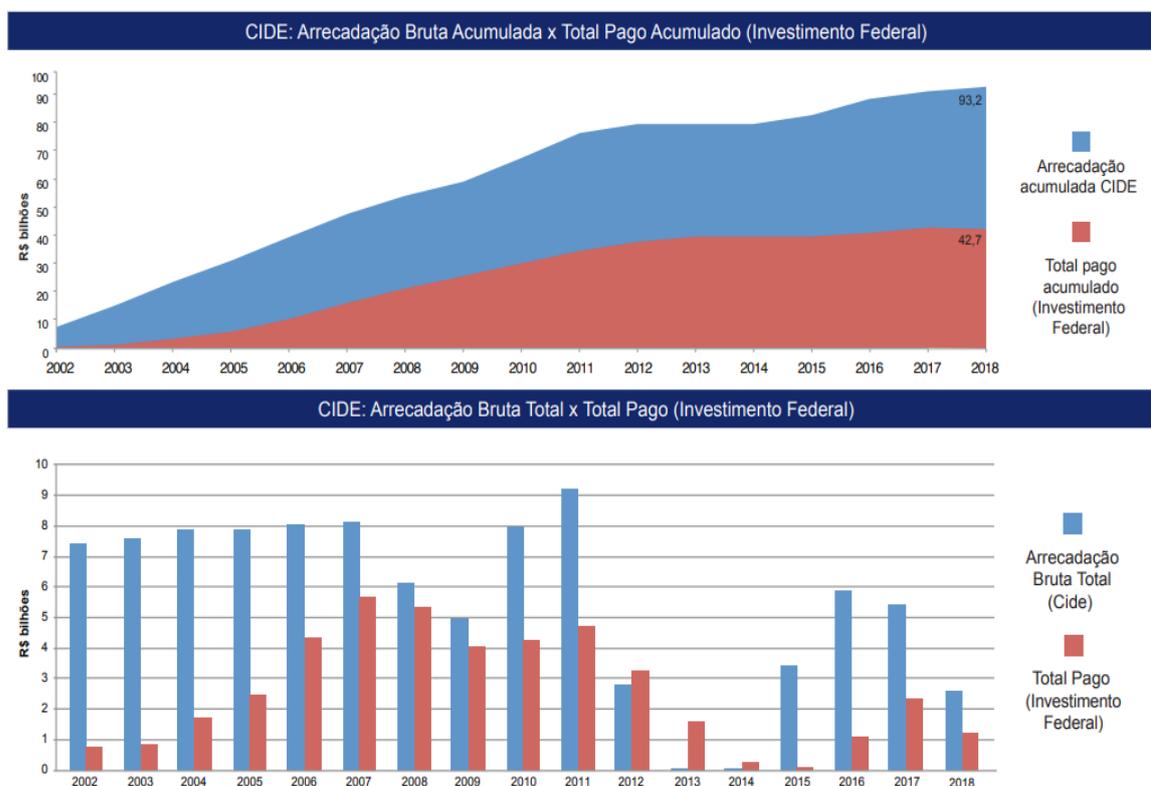
A preocupação com o retorno de resultado por parte das privatizações é um dos principais tópicos na agenda da Agência de Aviação: em fevereiro de 2018, foi publicada uma resolução que determina a responsabilidade das concessionárias de enviar, além dos relatórios de fluxo de passageiros, informações sobre infraestrutura portuária, para facilitar a verificação de gatilhos de investimento. O documento determina ainda que deve ocorrer, obrigatoriamente, a ampliação de instalações na medida em que a demanda atinge determinado patamar. Os acordos de pagamento de outorga também mudaram: no governo Dilma, o valor total era parcelado em prestações anuais ao longo de toda a vigência do contrato, mas todas as outorgas realizadas na gestão de Temer exigiam 25% do valor à vista, junto com o ágio do processo (valor cobrado pela transação financeira de mudança de moeda), e a tendência é se manter assim nos próximos anos.

Segundo a Associação Brasileira de Empresas Aéreas, o tráfego aéreo doméstico no Brasil, medido em passageiros-quilômetros transportados, cresceu 2,87% em janeiro de 2018, quando comparado com o mesmo período do ano anterior. As demandas também aumentaram nos meses seguintes, 5,7% em fevereiro, 3,18% em março e 6,3% em abril. Ao que tudo indica, apesar de o país estar em contenção devido à crise, há um interesse por parte do governo de modernizar aeroportos regionais e ampliar a rede brasileira de voos regulares. E mesmo que tenha havido uma queda brusca de orçamento até 2016, o que foi planejado para o novo montante tem sido executado até então.

#### 4.1.2 Rodovias

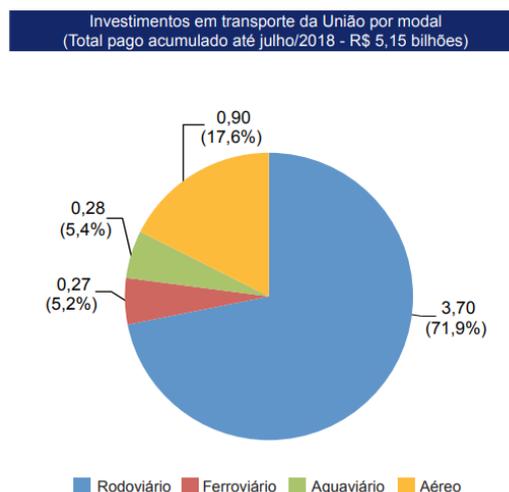
As estradas são ponto crucial para a competitividade local de regiões distantes de aeroportos, por ser a única forma de acesso à turistas, porém, não estão recebendo o cuidado adequado pelos últimos 40 anos. Com a crise da dívida externa, nos anos 80, os recursos para criação e manutenção de estradas foi um dos primeiros a ser cortado, chegando a ter cerca 85% do valor da Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (CIDE) contingenciado até 2003. A partir da Figura 31, abaixo, retirada do boletim econômico de julho de 2018 da Confederação Nacional do Transporte (CNT), percebe-se que, apesar do aumento da porcentagem investida depois daquele ano, a partir de 2008 os valores seguem um padrão decrescente e, em 2018, o valor bruto aplicado chega a ser menor do que o de 2004. Se for considerado que, do total arrecadado pela União para o setor de transportes, cerca de 30% é destinado para as outras modalidades de transportes, (aquaviário, ferroviário e aéreo), como mostra a Figura 32, retirada do mesmo boletim, o montante destinado à malha rodoviária se torna ainda menor.

Figura 31 – Contingenciamento de recursos da CIDE para o setor de transportes



Fonte: Boletim econômico julho 2018/ CNT

Figura 32 – Investimentos no setor de transportes por modal

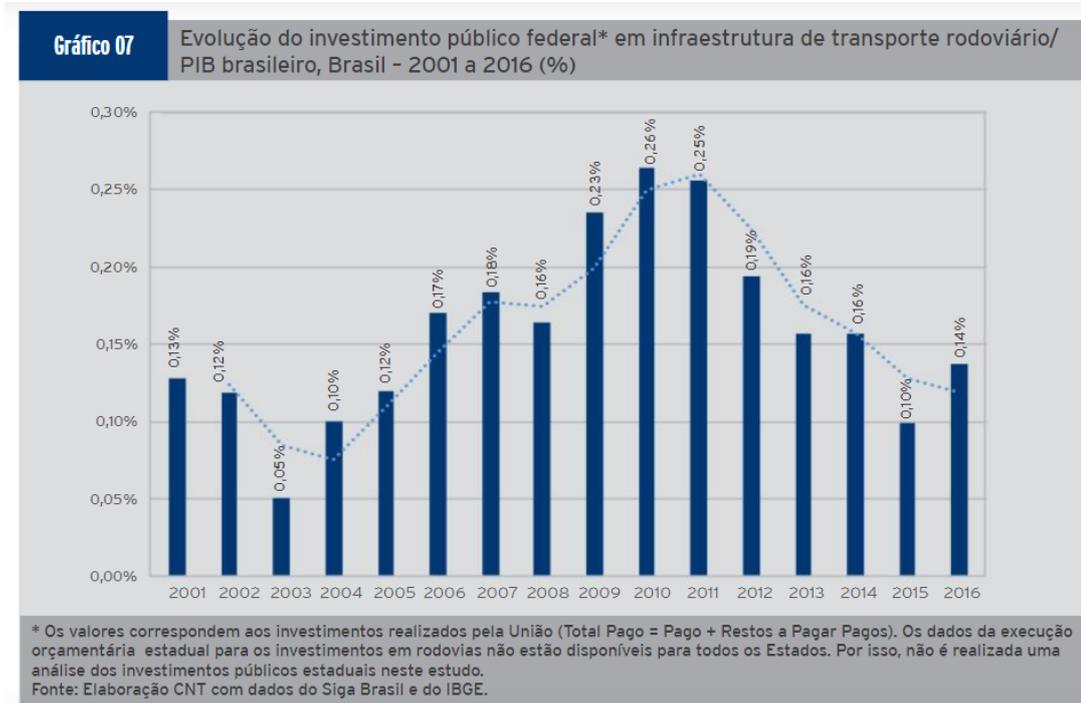


Fonte: Boletim econômico julho 2018/ CNT

O estudo *Transporte Rodoviário - Desempenho do setor, infraestrutura e investimentos*, da Confederação Nacional do Transporte, mostra que dos últimos 15 anos, 2010 e 2011 registraram os maiores investimentos na malha rodoviária: 0,26% e 0,25% do PIB nacional, respectivamente. A Figura 33 mostra que, em 2016, o valor chegou a 0,14%, enquanto a Figura 34 mostra que a diferença entre valores autorizados e pagos reduz ainda mais os números investidos. A CNT faz um adentro sobre o valor pago de 2016, que está acima do montante autorizado: se deve ao pagamento de restos a pagar de anos anteriores, o que não significa, necessariamente, que as rodovias receberam mais intervenções.

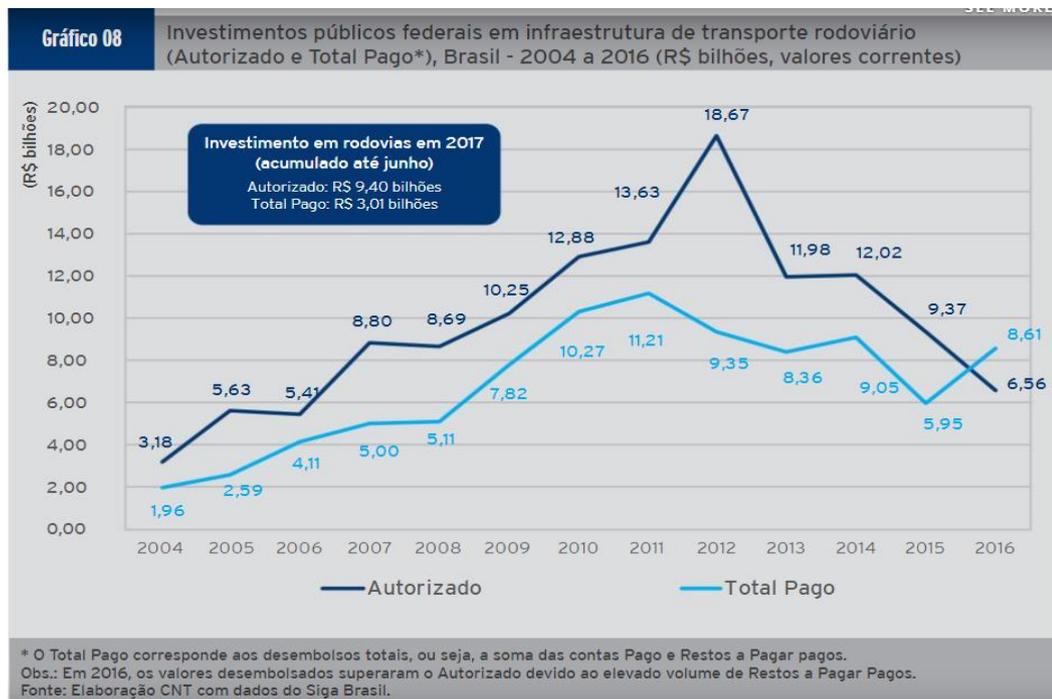
Se tratando de densidade, ou seja, quantos quilômetros de estrada por quilômetro quadrado do estado, dados da CNT mostram que a malha rodoviária chegou a diminuir em 20 mil quilômetros nos últimos 18 anos, pois apesar dos aumentos em estradas federais e estaduais, muitas vias municipais deixaram de existir. Analisando a situação por unidade federativa, as regiões sul e sudeste, além de alguns estados da região nordeste com territórios pequenos, possuem mais de 50% do mapa destinado a rodovias. A exceção é Minas Gerais, único estado da região sudeste com menos de 500m/km<sup>2</sup>, sendo colocado junto de Goiás, Distrito Federal, Pernambuco, Sergipe e Ceará. Os demais estados estão abaixo dos 25% de estradas por território, situação preocupante do ponto de vista estrutural.

Figura 33 – Histórico de investimento público federal em transportes



Fonte: Desempenho do setor, infraestrutura e investimentos/CNT

Figura 34 – Investimentos públicos federais autorizados e pagos para transportes



Fonte: Desempenho do setor, infraestrutura e investimentos/CNT

Figura 35 – Ranking de estradas estaduais pavimentadas e duplicadas

Tabela 16 – *Ranking* de estradas estaduais segundo pavimentação e duplicação (percentagem em relação ao total da malha rodoviária estadual) - 2004

<b>Estado</b>	<b>Estradas pavimentadas</b>	<b>Estado</b>	<b>Estradas duplicadas</b>
DISTRITO FEDERAL	50,3%	DISTRITO FEDERAL	14,8%
RIO DE JANEIRO	26,9%	SÃO PAULO	2,9%
AMAZONAS	26,1%	RIO DE JANEIRO	2,7%
SERGIPE	19,6%	PARANÁ	0,6%
TOCANTINS	18,0%	PERNAMBUCO	0,6%
ALAGOAS	17,6%	AMAZONAS	0,6%
PARANÁ	17,6%	AMAPÁ	0,5%
RIO GRANDE DO NORTE	16,7%	SANTA CATARINA	0,4%
CEARÁ	16,0%	PARAÍBA	0,3%
SÃO PAULO	15,7%	GOIÁS	0,3%
RORAIMA	15,6%	RIO GRANDE DO NORTE	0,3%
PERNAMBUCO	14,8%	RIO GRANDE DO SUL	0,3%
AMAPÁ	13,7%	CEARÁ	0,2%
GOIÁS	13,2%	MINAS GERAIS	0,2%
MARANHÃO	12,5%	PARÁ	0,2%
ACRE	12,3%	ESPÍRITO SANTO	0,2%
PARÁ	11,8%	ACRE	0,2%
BAHIA	11,8%	MATO GROSSO DO SUL	0,1%
SANTA CATARINA	11,2%	ALAGOAS	0,1%
ESPÍRITO SANTO	10,9%	BAHIA	0,1%
PARAÍBA	10,6%	TOCANTINS	0,1%
MATO GROSSO DO SUL	10,5%	MATO GROSSO	0,1%
MINAS GERAIS	8,4%	MARANHÃO	0,1%
RIO GRANDE DO SUL	8,0%	PIAUI	0,0%
PIAUI	7,9%	RONDÔNIA	0,0%
RONDÔNIA	6,9%	RORAIMA	0,0%
MATO GROSSO	6,9%	SERGIPE	n.d.

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do DNIT

Fonte: CNT

Atualmente, são 1.720.700 km de estradas, dos quais apenas 12,4% estão pavimentados, porcentagem que se mantém desde 2009, período em que o orçamento voltou a declinar. E da parte pavimentada, apenas 5,2% está duplicada. A Figura 35 traz esses dados relativos a 2004, situação que se mantém bem parecida desde então, e apenas uma unidade federativa apresenta mais da metade de suas estradas pavimentadas. Além disso, os quatro estados que possuem mais de ¼ estão na lista de dez menores malhas rodoviárias. Dessa forma, é possível perceber, a partir da tabela, que estados com elevada densidade de rodovias possuem muitas dificuldades para manter um padrão de qualidade. Em 2004, o Ministério dos Transportes fez uma parceria com o Ministério do Meio Ambiente chamada Programa Nacional de Regularização Ambiental de Rodovias Federais, cuja proposta era

realizar um estudo das condições das rodovias e traçar um cronograma de restauração baseado em níveis de prioridade, mas não houve publicação de um relatório de atividades. Meses depois, também foi lançado o Programa Emergencial de Trafegabilidade e Segurança nas Rodovias, conhecido como “operação tapa-buracos”, que tinha por objetivo recuperar pavimento e sinalização das rodovias federais.

Em 2006, 90% das rodovias pesquisadas não apresentava buracos, mas, um ano depois, o Ministério do Turismo, com base em dados da CNT sobre condições de pavimento, sinalização e geometria das rodovias, elaborou um índice de qualidade para servir como indicador preciso acerca do conforto e segurança do turista que as utiliza como vias de acesso a destinos procurados. A classificação é feita em cinco níveis, sendo: 5 - ótimo, 4 - bom, 3 - regular, 2 - ruim e 1 - péssimo. A Figura 36, a seguir, apresenta os índices por estado e, dentre as 27 unidades da federação, 20 estão classificadas entre os índices ruim e regular, e apenas São Paulo ultrapassa a marca de “bom”, mas por pouco. A Figura 37 apresenta a situação geral das estradas por item avaliativo em 2018 e a situação se mostra preocupante, visto que uma década depois as proporções se mantêm as mesmas, porque por mais que os pontos turísticos mais interioranos estejam interligados às grandes capitais, a precariedade das estradas abaixa muito a competitividade dos mesmos.

Enquanto as estradas federais, que são minoria em quase todos os estados, possuem 62% de sua extensão pavimentada, quando se trata das vias estaduais esse número cai para 39%. Em 2008, foi criado o Programa Nacional de Segurança e Sinalização Rodoviária, que investiu, até 2016, um total de R\$105,42 bilhões em 55 mil quilômetros de estradas controladas pelo Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (Dnit), para implantação, melhoria e manutenção da sinalização vertical, horizontal e dispositivos de segurança. O órgão afirma que esse investimento em engenharia rodoviária tem como principal objetivo a redução de 50% no número de fatalidades no trânsito e que ainda pretendem aplicar mais R\$ 750 milhões. Em 2018, foi lançada a segunda etapa do programa, agora com a padronização das placas de obras e, segundo a Associação Brasileira das Empresas de Engenharia de Trânsito (Abeetrans), a severidade dos acidentes foi reduzida em 21,5%, sendo 20,8% de redução de vítimas fatais e 47,3% de não fatais.

Figura 36 – Índice de avaliação das rodovias brasileiras por estado

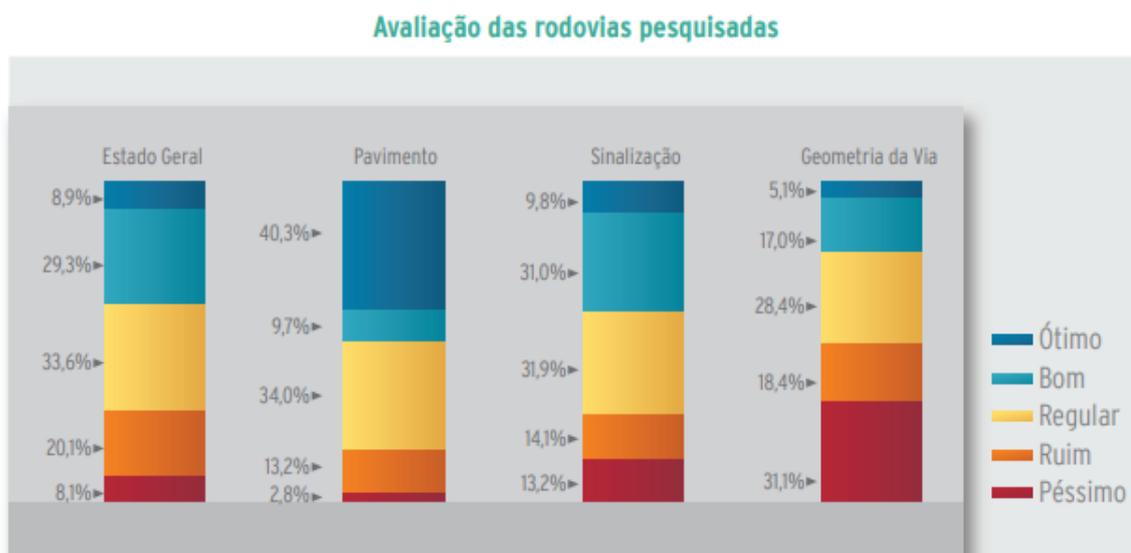
Tabela 17 – Índice de avaliação do estado geral das rodovias brasileiras (por Unidade da Federação) - 2005

Estado	Índice de Estado Geral
São Paulo	4,11
Distrito Federal	3,52
Paraná	3,45
Santa Catarina	3,28
Rio Grande do Sul	3,26
Rio de Janeiro	3,25
Mato Grosso do Sul	2,99
Goiás	2,96
Acre	2,92
Rondônia	2,80
Amapá	2,69
Espírito Santo	2,68
Rio Grande do Norte	2,62
Minas Gerais	2,54
Pernambuco	2,53
Tocantins	2,53
Mato Grosso	2,53
Paraíba	2,48
Ceará	2,42
Sergipe	2,34
Alagoas	2,31
Piauí	2,30
Pará	2,27
Amazonas	2,25
Bahia	2,22
Maranhão	2,16
Roraima	1,93

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados da CNT

Fonte: CNT

Figura 37 – Situação das rodovias brasileiras em 2018



\*a pesquisa avalia toda a malha federal pavimentada e os principais trechos estaduais também pavimentados

Fonte: Anuário CNT do transporte 2018/CNT

Mesmo assim, o *Anuário CNT do transporte 2018* aponta ainda que 61,8% das rodovias avaliadas na pesquisa apresentam algum tipo de problema, sendo que desses: 50% dos trechos possuem problemas no pavimento, 59,2% apresentam deficiência de sinalização e 77,9% apresentam problemas de geometria (nesse último quesito, são avaliados o tipo de rodovia, a presença de faixa adicional de subida, pontes, viadutos, curvas perigosas, dispositivos de proteção e acostamentos). Diante dessa situação, regiões com elevado fluxo de automóveis, principalmente no Sul e no Sudeste do país, têm implementado modelos de privatização bem-sucedidos para a manutenção das estradas. Ou seja, os estados que apresentaram desempenho positivo na qualificação de estradas possuem, majoritariamente, baixa ou média dependência em relação aos investimentos federais.

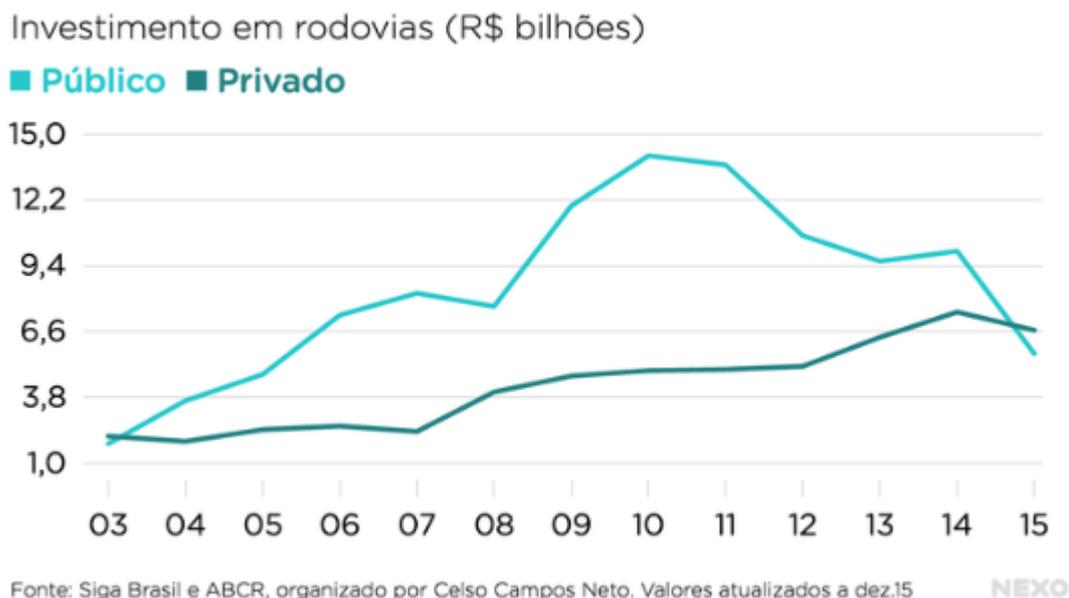
Adquirir concessões de estradas com movimento considerável é um negócio atrativo para empresas privadas, pois se estabelece um monopólio com tarifas reajustáveis mediante contrato e sem o risco de inadimplência dos transeuntes. Ao mesmo tempo, a capacidade de gerar investimentos para infraestrutura e serviços favorece a adoção do modelo por parte dos estados, uma vez que mais de 80% das rodovias privatizadas alcançam indicadores ótimo ou bom no índice do Ministério do Turismo, enquanto as demais estão todas regulares. Os benefícios são tantos, que a estratégia está tomando grandes dimensões: segundo a Agência Nacional de Transportes terrestres (ANTT), o governo já fez três rodadas de leilões, por meio de dois Programas de Investimento em Logística (2012 e 2015) e pelo Programa de Parcerias e Investimentos (2017), ambos frutos dos PAC. Em 2018, 15% da malha já foi concedida ao gerenciamento de alguma empresa privada. O valor chega a ser extremamente superior ao de outros países que são referência no assunto, como China que tem 3,6% de vias privatizadas, Portugal com 2,2%, Alemanha com 2% e Estados Unidos, com 0,1%<sup>16</sup>. Inclusive, em 2015, o montante investido por empresas privadas em rodovias superou o federal, como é possível observar na Figura 38,

---

<sup>16</sup> Dados retirados da matéria “Por que no Brasil há mais estradas concedidas à iniciativa privada do que em outros países”, escrita por Bruno Lupion para o site de notícias Nexo, em 10 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/10/Por-que-no-Brasil-h%C3%A1-mais-estradas-concedidas-%C3%A0-iniciativa-privada-do-que-em-outros-pa%C3%ADses>> Acesso em: 07/09/2018.

abaixo, e a tendência é que os investimentos privados assumam o protagonismo no setor.

Figura 38 – Histórico de investimentos públicos e privados em rodovias



Fonte: Plataforma Nexo

Há, no entanto, um grande problema que vem entrelaçado a esse modelo: as altas tarifas de pedágio. Desde 1995, quando começaram as concessões, até 2007, as tarifas tiveram aumento de 60% acima da inflação, segundo o Índice de Preços ao Consumidor, calculado pela Fundação Getúlio Vargas (IPC-FGV). Em fevereiro de 2018, o Tribunal de Contas da União também acusou as concessionárias de rodovias federais de aumentarem as tarifas em até 70% acima da inflação. O TCU explica que não necessariamente é um aumento ilegal, mas que a ANTT está tomando uma postura conivente com aumentos sem resultados, visto que essas concessionárias deixaram de executar entre 70% e 100% das obras previstas para entrega entre 2009 e 2014 e que houve uma paralisação das duplicações no final do primeiro mandato de Dilma Rousseff. Em outras palavras, os ganhos de competitividade são reduzidos pela elevação de custos de transporte a retornos baixos nas rodovias.

O coordenador de infraestrutura do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Carlos Campos, afirma que os contratos permitem os aumentos abusivos e que é preciso uma maior fiscalização dos mesmos por parte da ANTT. O Ministério do

Turismo concluiu, em 2015, que os contratos deveriam ser mais explícitos em relação aos investimentos, reajustes de tarifas e perspectivas de elevação de fluxo de veículos. Sugeriu também uma avaliação das possibilidades de sucesso para uma integração público-privada, com o objetivo de homogeneização das estradas no país, especialmente no Nordeste, no Norte e em Minas Gerais. A sugestão foi acatada, em 2017, pelo Programa de Parcerias e Investimentos, que realizou mais de 70 concessões direcionadas para esse objetivo. Por fim, o órgão constatou que é preciso haver uma maior participação dos investimentos em estradas dentro do orçamento fiscal, conselho que se mantém em voga, visto que desde 2014 não ocorre nenhuma licitação de estrada nova no país.

O que tem sido aplicado em volume de recursos proporciona, no máximo, a manutenção do quadro a médio prazo e “metade das rodovias ficará em má situação de tráfego até 2025”, prevê o ex-ministro dos transportes do governo Dilma, César Borges, em entrevista<sup>17</sup> para a IstoÉ Dinheiro, em julho de 2018. Ele afirma também que não consegue ver uma fonte de dinheiro para esse aumento de investimentos, por mais que alguns candidatos à presidência o defendam, porque o Estado brasileiro tem um déficit que provavelmente não será resolvido nos próximos 8 ou 10 anos. “O governo deve ser tratado como um meio, e não como um fim”, completa. Borges indica também que a tendência é que algumas empresas tenham que devolver suas concessões, por não terem condições de mantê-las funcionando:

Os projetos que foram concebidos em 2012 tinham a visão de um país crescendo, decolando. Em 2014, quando entramos em crise e depois recessão, isso desequilibrou os contratos. Outra é que até 75% dos valores seriam financiados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), mas os empréstimos demoraram dois anos para sair e, nesse tempo, a demanda de tráfego reduziu em 30%. Isso desequilibra qualquer previsão de pagamento do projeto. Além disso, ainda houve a Lava Jato e o banco disse que não iria financiar quem tivesse qualquer mancha suja no cadastro. Lamentavelmente, 5 mil quilômetros dessa terceira etapa de concessões foram afetados, ou seja, 50%. (ISTOÉ DINHEIRO, 2018)

---

<sup>17</sup> Matéria “Sem investimentos pesados, metade das rodovias ficará em má condição de tráfego”. IstoÉ Dinheiro, julho de 2018. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/sem-investimentos-pesados-metade-das-rodovias-ficara-em-ma-condicao-de-trafego/>> Acesso em: 06/09/2018.

### 4.1.3 Ferrovias

O transporte ferroviário é, hoje, o mais ecológico e social existente, e o mais indicado para territórios de grandes proporções. Quando se trata de turismo, no entanto, o seu impacto é indireto. O professor Guilherme Grandi, da Faculdade de Economia da USP e especialista em transportes, explica, em entrevista<sup>18</sup> para o site Nexo, que transportar carga é muito mais rentável do que passageiros quando se trate de ferrovias, e que por isso é comum, no resto do mundo, que a operação de transporte de pessoas seja acompanhada de algum tipo de subsídio do Estado e o Brasil não está em condições de fazer isso. Já Fabiano Pompermayer, diretor de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação e Infraestrutura do IPEA, aponta em entrevista para a Rádio França Internacional que o país também não tem densidade populacional suficiente para ter uma malha voltada para passageiros, como a encontrada na Europa.

Uma boa estrutura ferroviária, ampla e interligada, contanto, beneficiaria todo o processo produtivo e o escoamento das exportações brasileiras; além de tornar as rodovias mais seguras para os veículos menores e reduzir a frequência de despesas com manutenção e conserto de vias, pelo fato de reduzir drasticamente a quantidade de caminhões de carga pesada circulando nas estradas movimentadas. Além de ter a capacidade de transportar mais carga e mais pessoas com a mesma quantidade de combustível e de forma três vezes mais econômica, a construção de estradas de ferro causam menos danos do que a de rodovias, porque elas não compactam e nem impermeabilizam o solo. E ainda é um transporte mais seguro, confortável e com menor custo por quilômetro transportado. Porém, de principal meio de transporte do país, esse modal foi completamente esquecido e sucateado em um espaço de meio século.

A história das ferrovias no Brasil começa um pouco depois da independência. A primeira estrada de ferro foi inaugurada em 1854, tinha 14 km e se chamava Baronesa. 35 anos depois, com a proclamação da república, já existiam mais de 10 mil quilômetros de malha ferroviária no território brasileiro, desenvolvida pela

---

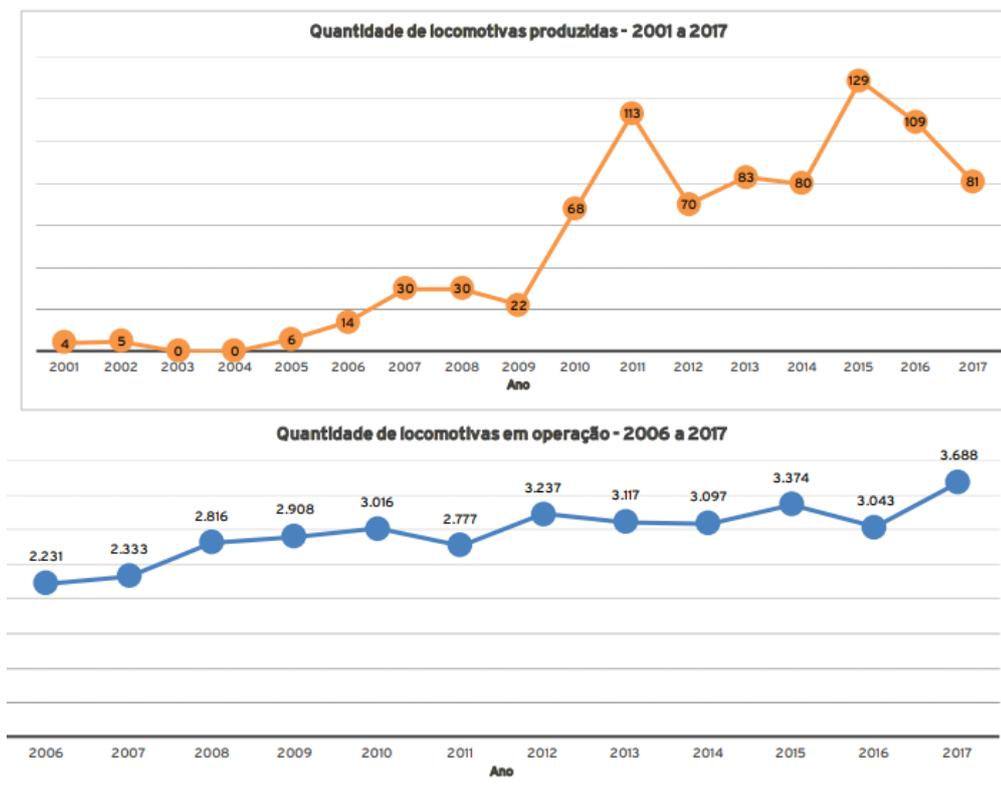
<sup>18</sup> Matéria “Por que no Brasil há menos ferrovias que transportam passageiros do que na Europa”, do dia 31 de dezembro de 2016. Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/exp-resso/2016/12/31/Por-que-no-Brasil-h%C3%A1-menos-ferrovias-que-transportam-passageiros-do-que-na-Europa>> Acesso em: 12/09/2018.

movimentação comercial de café, algodão e carvão. Em 1916, já eram 15 mil e tinha uma nacional, a Estrada de Ferro Central do Brasil, que ligava os três principais estados do país na época: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Na segunda metade do século, 1957, foi criada a Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima (RFFSA), que unificou 42 ferrovias em um sistema regional que se estendia por 25 mil quilômetros e tinha ligações para a Bolívia, Argentina e Uruguai. Foi nessa época que surgiram as primeiras locomotivas a diesel no Brasil.

Durante o governo de Juscelino Kubitschek, entretanto, foi que esse sistema desandou, visto que o plano de metas dava prioridade para a construção de rodovias e para a indústria automobilística, que favoreciam também a indústria petrolífera no país. Os militares e os governos seguintes seguiram a mesma linha de valorização do transporte rodoviário e, com as várias crises econômicas, ao invés de receber investimento para expansão, algumas estradas de ferro foram abandonadas e desativadas. Em 1996, a RFFSA estava dando um prejuízo de R\$ 1 milhão por dia e o Estado não estava em condições de manter essa situação, e muito menos de recuperar a malha. Isso porque a construção de ferrovias é, no mínimo, quatro vezes mais cara do que a de rodovias, R\$ 8 milhões por quilômetro contra R\$ 2 milhões em estrada de mão dupla.

Nesse ano, foi criado o Plano Nacional de Desestatização: as ferrovias começaram a ser concedidas para empresas de logística ou mineradoras e três anos depois a estatal entrou em liquidação. O período da concessão é de 30 anos, prorrogáveis por mais 30, e é inclusive uma das metas do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) a extinção dessa rede estatal. Os investimentos privados que se sucederam elevaram a participação das ferrovias no transporte total de cargas, que passou de 15% em 1997, para 30% em 2011, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), e reduziram os acidentes em 85%. Desde 2005, segundo relatório do IPEA, os governos brasileiros também têm buscado reverter as deficiências do modal, houve profissionalização de equipes para tratar dos problemas, os modelos de contrato foram atualizados para deixar as regras de investimento mais claras e tentou-se reduzir a interferência estatal nas etapas de construção e operação. Mas como mostra a Figura 39, apesar da manutenção do funcionamento, não houve um crescimento real do modal até 2010.

Figura 39 – Histórico de locomotivas brasileiras produzidas e em operação



Fonte: IPEA

Em 2008, o governo federal anunciou a construção do trem de alta velocidade Rio - São Paulo - Campinas, incluído no PAC. O trem-bala brasileiro deveria estar em circulação há tempo da Copa do Mundo de 2014, mas os investimentos voltaram a cair com a crise internacional. A licitação foi adiada duas vezes e o projeto chegou a ir a leilão em 2011, mas não houve interessados a investir na construção do transporte. E apesar da iniciativa privada ter investido nas ferrovias concessionadas, não foi o suficiente: desde o fim da RFFSA, a gestão pública do modal permaneceu estagnada. O diretor-executivo da Associação Nacional dos Transportes Ferroviários (ANTF), Fernando Paes, disse em entrevista para o Correio Braziliense que “quando o setor público assumiu alguns projetos, conseguiu juntar incapacidade com corrupção e travas burocráticas”.

Em um século, entre avanços e recuos, a malha nacional permanece com a mesma extensão, de quase 30 mil quilômetros, contra 87 mil na Rússia e 86 mil na China, ambas economias em ascensão, assim como o Brasil. Durante os 20 anos de privatização, o volume ferroviário cresceu, mas basicamente em cima de um produto:

o minério de ferro, que é transportado pela Vale e pela MRS. Segundo o Anuário 2016 da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), a velocidade média do transporte ferroviário é a menor desde 2001: menos de 10 km/h. O indicador, que é visto como um dos padrões de eficiência do modal, é bastante inferior ao dos Estados Unidos, onde a velocidade média é de 45 km/h. A Associação Nacional dos Usuários de Transportes de Carga (ANUT) encaminhou, para a ANTT em 2016, um documento mostrando que o primeiro caminhão de carga produzido foi em 1896 e tinha velocidade máxima de 30 km/h, ou seja, as ferrovias brasileiras, hoje, rodam menos do que um caminhão de quase dois séculos atrás. Nesse cenário, os serviços de passageiros praticamente acabaram, só funcionam em 6% do total da malha atual de 29 mil quilômetros, e o transporte de carga é lento e obsoleto, alguns trechos funcionam apenas como ponto de atrativo turístico.

De acordo com a Confederação Nacional dos Transportes (CNT), o Brasil centrou o escoamento da sua produção em estradas. 61% de toda a carga passa por rodovias, enquanto 20,7% passa pelas ferrovias e os outros 18,2% representam os sistemas aquaviário, aéreo e dutoviário somados. A greve dos caminhoneiros que ocorreu no primeiro semestre de 2018 evidenciou a gravidade do problema: não há como o país depender de um único modelo de escoamento e transporte de cargas. A Marinha do Brasil declara que investir em ferrovias, navegação de rios e cabotagem (marítima costeira) é essencial para funcionar a dinâmica tanto interna quanto externa do país, e que é preciso parar de focar todo o orçamento em rodovias, modal que tem recebido 65% dos recursos disponíveis na última década. Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI), a União reduziu substancialmente o aporte de recursos para o setor ferroviário, uma queda de 74%, passando de R\$ 3,8 bilhões, em 2010, para R\$ 1 bilhão em 2016.

Marcus Quintella, professor da FGV e especialista em transportes, afirmou em entrevista<sup>19</sup> para o jornal O Dia que a situação desequilibrada de investimentos é uma opção política, “porque fazer rodovias é muito mais rápido, enquanto trem depende de grandes projetos, mais investimentos. Mas em longas distâncias, optar por um caminhão é irracional, pode custar o triplo do preço”, diz, “e quem paga é o

---

<sup>19</sup> Matéria “Os problemas da malha ferroviária brasileira”, do dia 2 de junho de 2018. Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/brasil/2018/06/5545588-como-o-brasil-perdeu-o-trem-da-historia.html>> Acesso em 12/09/2018.

consumidor, ou a economia como um todo, no caso das exportações, que perdem competitividade”. Ele declara também que o país precisa de um órgão planejador decente, que veja o país como um todo e integre os vários modais de transporte em um sistema eficiente. "Estão tentando atrair iniciativa privada, mas ainda precisa de muito investimento público na área de infraestrutura. A verdade é que não há dinheiro privado que possa resolver o nosso déficit na área", explica. Ele estima que, se a redistribuição adequada de investimentos ocorresse a partir de hoje, os efeitos demorariam pelo menos 20 anos para ter impacto no sistema logístico do país e 50 anos para conseguir recuperar o atraso.

Falta integração entre as malhas e algumas das linhas em funcionamento hoje ainda são do século XIX, é preciso trocar os trilhos e os sistemas operacionais. Hoje já existem materiais mais resistentes, que corroem menos com a passagem do trem e aumentam a durabilidade das obras, reduzindo os custos com manutenção. Outro problema é que com o crescimento das cidades, ocorreu urbanização em torno de alguns trechos e, por questões de segurança é preciso reduzir a velocidade a até 4 km/h, devido ao tamanho do veículo e as leis da inércia, fazendo com que as locomotivas se desloquem mais devagar que uma bicicleta. O diretor- executivo da ANTF, Fernando Paes, em entrevista<sup>20</sup> para o Correio Braziliense, afirmou que o caminho para desafogar a logística no Brasil é pensar em um modelo menos regulado para investir em ampliação das ferrovias, “nos Estados Unidos, depois da flexibilização do modelo, surgiram aproximadamente 600 *shortlines*, pequenas linhas ferroviárias que carregam 40% da carga, enquanto seis grandes companhias puderam baratear as tarifas dos troncos ferroviários”, completa.

Os participantes do VII Congresso Brasil nos Trilhos, em janeiro de 2018, concluíram que o principal problema dos modelos atuais é a falta de continuidade nos processos de planejamento logístico. Por serem muito longos, de 60 a 70 anos, as trocas de governo acabam prejudicando os projetos, ao abandonarem o que está em andamento em nome de uma nova agenda. Mesmo assim, os representantes

---

<sup>20</sup> Matéria “Modelo busca novo modelo para ferrovias, para melhorar o transporte de carga”, do dia 21 de maio de 2018. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/05/21/internas\\_economia,682049/governo-busca-novo-modelo-para-ferrovias-para-melhor-transporte-de-car.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/05/21/internas_economia,682049/governo-busca-novo-modelo-para-ferrovias-para-melhor-transporte-de-car.shtml)> Acesso em: 13/09/2018.

comerciais entrevistados pela revista Exame<sup>21</sup> se mostraram otimistas em relação a possibilidade de renovar antecipadamente as concessões que só venceriam em 2028, por meio de uma parceria do Programa de Parcerias e Investimentos (PPI) com o Tribunal de Contas da União (TCU). Eles acreditam que é uma oportunidade para destravar investimentos importantes no setor e que a manobra é um impulso importante, mas não será o suficiente para resolver a crise logística no país, “a malha ferroviária precisa se integrar aos outros setores econômicos”, diz o texto.

O objetivo dessa iniciativa é dobrar a atual participação de 20% dos trens nos transportes de carga, recorrendo à iniciativa privada para construir ferrovias consideradas estratégicas, em troca da renovação das atuais concessões por mais 30 anos. Os projetos prioritários são: a Ferrovia de Integração Centro-Oeste (Fico), de 383 km entre Água Boa (MT) e o entroncamento com a Ferrovia Norte-Sul em Campinorte (GO), que será construída pela mineradora Vale e foi orçada em R\$ 4 bilhões (mesmo com todos os descontos relacionados à duplicação da estrada de Carajás, ainda teria que desembolsar esse valor em outorgas, mas em troca, vai construir a Fico); e o Ferroanel de São Paulo, de 53 km, entre as estações de Perus, na capital paulista, e de Manoel Feio, Itaquaquecetuba, que ficará sob a responsabilidade da MRS Logística, sendo que, depois de pronta, os trens de carga que seguem ao porto de Santos deixarão de compartilhar a CTPM paulista com os transportes de passageiros. Para os próximos anos, estão previstas licitações para a ferrovia Norte-Sul, que liga o Pará ao Rio Grande do Sul, e para a Leste-Oeste, que fica entre a Bahia e o Tocantins, além de mais três portos aquaviários. Ao todo, os investimentos estimados chegam a R\$ 70 bilhões. Há o risco, no entanto, de ocorrer uma formação de cartel, uma vez que só existem duas operadoras controlando os trilhos que desembocam nos portos.

A matéria<sup>22</sup> “Governo estuda medida para destravar investimentos em ferrovias pelo país”, publicada no Correio Braziliense em fevereiro de 2018, aponta que

---

<sup>21</sup> Matéria “Por que o Brasil não investe em ferrovias? E por que deveria investir”, do dia 25 de maio de 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/por-que-o-brasil-nao-investe-em-ferrovias-e-por-que-deveria-investir/>> Acesso em: 13/09/2018.

<sup>22</sup> Matéria “Governo estuda medida para destravar investimentos em ferrovias pelo país”, do dia 17 de fevereiro de 2018. Disponível em <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/02/17/internas\\_economia,660480/governo-estuda-medida-para-destravar-investimentos-em-ferrovias.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/02/17/internas_economia,660480/governo-estuda-medida-para-destravar-investimentos-em-ferrovias.shtml)> Acesso em: 13/09/2018.

investidores estrangeiros tentaram fazer consórcios com as duas empresas para disputar o leilão da norte-sul, mas não tiveram sucesso, “o que levantou a suspeita de que haja intenção dessas empresas de darem lances para aumentar o controle da malha de Norte a Sul, criando um duopólio no país”. No mesmo artigo, o consultor e ex-presidente do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), Ruy Coutinho, disse que o órgão precisará ficar de olho no edital, para garantir o direito de passagem e a livre concorrência. O governo Bolsonaro declara<sup>23</sup> que deseja fazer do setor ferroviário um protagonista desse mandato, por meio de novos contratos de privatização, e que o principal desafio será garantir a segurança jurídica dos contratos.

#### **4.1.4 Hidrovias**

Hidrovias são caminhos traçados para tráfego aquático, normalmente utilizadas para transporte de grandes volumes a longas distâncias. Cada barcaça consegue carregar o conteúdo de 15 vagões, não há a necessidade de construir estradas e nem se preocupar com seu desgaste e manutenção, não há pedágios nem buracos que causam danos às unidades de transporte, os riscos de roubo e acidentes são bem menores e o uso de combustível é bem reduzido quando comparado aos outros modais. É o transporte que menos necessita de investimentos com infraestrutura e, com a manutenção adequada dos navios, os níveis de poluição ficam bem próximos de zero. A Figura 40, disponibilizada pelo IPEA, mostra as diferenças de custos relacionados a infraestrutura, transbordos, combustíveis e veículos para ferrovias (que já são bem mais baratas que rodovias, tirando o gasto inicial com infraestrutura) e hidrovias.

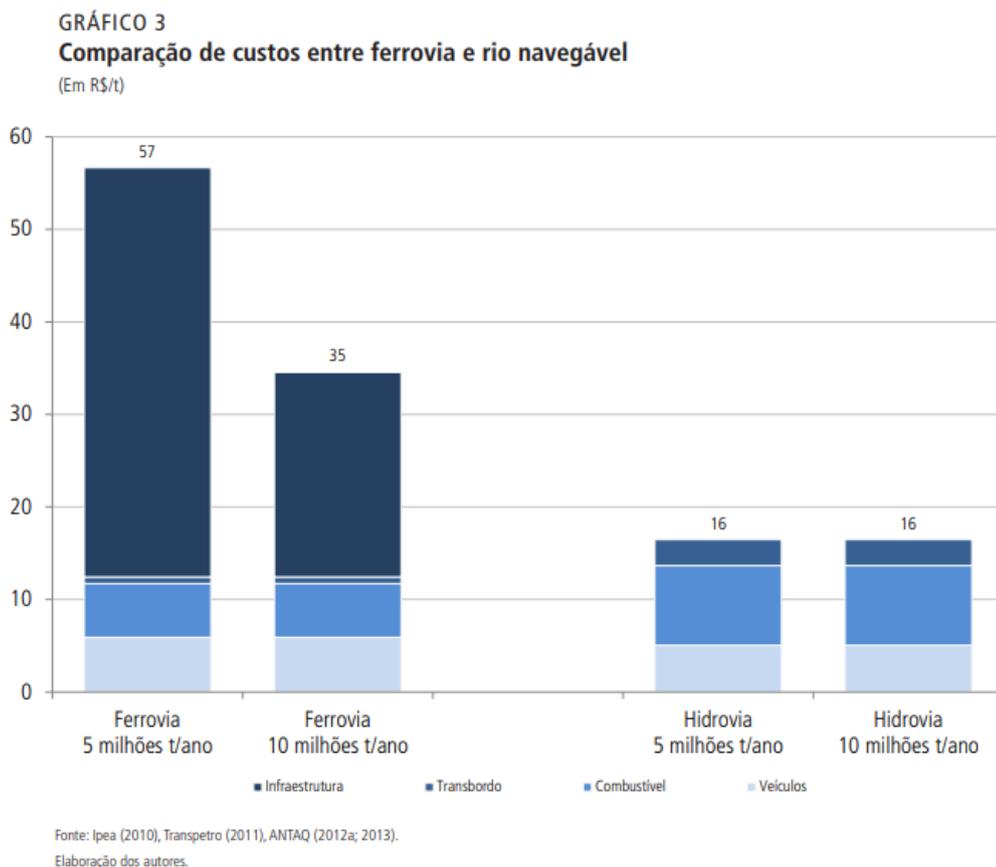
O Brasil possui grandes bacias hidrográficas, milhares de quilômetros de rios e mais de 4.000 quilômetros de costas navegáveis, mas é necessário corrigir alguns trechos para utilização, porque a profundidade é insuficiente para grandes embarcações. Como não há investimento nesses ajustes, o modal é pouco utilizado. As empresas também sofrem com algumas dificuldades, pois ainda é muito difícil realizar o envio da carga até a margem dos rios, uma vez que o acesso é complicado por entre as áreas verdes e, dependendo da época do ano, se houver seca, os rios

---

<sup>23</sup> Matéria “O governo Bolsonaro e a mobilidade urbana”, do dia 12 de janeiro de 2019. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/artigos/o-governo-bolsonaro-e-a-mobilidad-e-urbana-8v2g8mj51v13s4ttmz2yfofo5/>> Acesso em: 04/06/2019.

ficam muito rasos e a navegação se torna instável. Outro problema é a demora, pois apesar desse transporte ser mais econômico, demora mais a chegar, o que exige que a empresa estruture uma logística de armazenamento e estoque. Os custos cobrados por tonelada no embarque e no desembarque também aumentam em cinco vezes o valor dos transportes em relação aos países desenvolvidos, o que prejudica a competitividade no mercado.

Figura 40 – Comparação de custos entre ferrovias e hidrovias



Fonte: IPEA

O modal só começou a fazer parte das pautas governamentais nacionais em meados de 1980, mas mesmo assim, o que foi planejado na época só começou a ser de fato aplicado 10 anos depois, com as privatizações. Em 2005, o Ministério dos Transportes realizou um levantamento através do Plano Nacional de Logística e Transportes, que apontava uma representação de 13% das hidrovias no transporte de carga brasileiro, ante 58% do rodoviário e 25% do ferroviário. A mesma pesquisa mostra que os fretes hidroviários podem ficar até 62% mais baratos do que os

rodoviários, gerando uma economia aos cofres públicos, mas que para isso é necessário o aumento da participação desse meio para 29%. Com o objetivo de atingir essa meta em 20 anos, o órgão incluiu, no Plano de Aceleração do Crescimento (PAC), projetos de investimento nos eixos mais importantes para a economia, que são as hidrovias Tietê-Paraná, do Paraguai, do Rio Madeira, do Rio Guamá-Capim e do São Francisco, com as eclusas de Tucuruí e de Lajeado. Se tratando da região amazônica, o PAC previa, além da manutenção da navegabilidade das hidrovias, a construção e reforma de 67 terminais para atender embarcações fluviais. O custo total dos investimentos do programa era em torno de R\$ 700 milhões.

Dois anos depois, a Secretaria de Portos da Presidência da República, sob a gestão do Ministério dos Transportes, criou um conjunto de ações institucionais e de gestão, com o objetivo de dotar o setor portuário nacional de condições para crescer e se desenvolver. O Plano Nacional de Logística Portuária (PNLP) tinha por objetivo identificar cenários de curto, médio e longo prazo dos diversos portos nacionais, sugerindo alternativas de intervenção para garantir a eficiente alocação de recursos. Ele era dividido em três outros planos: o Plano Mestre: instrumento de planejamento de Estado voltado à unidade portuária; o Plano de Desenvolvimento e Zoneamento, instrumento de planejamento operacional da administração portuária que compatibiliza as políticas de desenvolvimento da região com as do porto em questão, para otimização das metas; e o Plano Geral de Outorgas, para a execução de outorgas de novos portos ou terminais públicos e privados, que reúne a relação de áreas a serem destinadas à exploração portuária nas modalidades de arrendamento, concessão, autorização e delegação.

Em 2010, o setor hidroviário crescia cerca de 20% ao ano e tinha uma boa perspectiva para o futuro. Mas, em 2013, as principais obras do setor estavam estagnadas: a Eclusa do Tucuruí estava sem previsão para a conclusão, assim como a da Boa Esperança, enquanto a Lajeado estava com 8% de sua construção pronta e previsão de mais 5 anos para a conclusão. A participação dos modais no transporte de carga também mudou, em 2018, para 76% de rodovias, 5,8% do tráfego aéreo, 5,4% do ferroviário e 0,7% do hidroviário. Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI), os investimentos do governo federal no transporte hidroviário caíram 77% desde o início da década, de R\$ 1,5 bilhão para R\$ 300 milhões em 2016. Os

dados disponíveis pela Agência Nacional de Transportes Aquaviários (Antaq) também apontam que, por ano, são aplicados em média R\$ 400 milhões em transportes aquaviários, enquanto o rodoviário ultrapassa os R\$10 bilhões. A falta de racionalidade logística tem colocado o Brasil em posições insatisfatórias nos rankings mundiais: de 2012 até 2014 o país caiu 20 posições no *Logistic Index Performance*, lista do Banco Mundial que avalia a cada dois anos a qualidade logística de 160 países, ocupando o 65º lugar.

A logística é um dos principais entraves para o crescimento da produção agrícola, industrial e comercial e quando os investimentos em infraestrutura não acompanham o crescimento da produção, geram graves gargalos para o escoamento. O país utiliza as rodovias como base dos transportes de carga, meio que chega a ser 20 vezes mais caro que o fluvial e, em 2015, 50% da produção agrícola nacional era desperdiçada pelas péssimas condições das estradas. Os prejuízos chegavam a R\$ 9,6 bilhões, com um crescimento de 6% ao ano desde 2010. Estudos do IPEA indicam que se o país crescer uma média de 5% durante três anos consecutivos, o sistema logístico entra em colapso, o que é preocupante para uma nação conhecida internacionalmente pela produção de alimentos. Segundo levantamento do IPEA, em 2014 haviam sete planos governamentais para a expansão das hidrovias, mas nenhum deles tinha estimativas de custos e projeções confiáveis de retorno dos investimentos, além de alguns serem conflitantes, o que contribuiu para que eles não se realizassem. Nesse cenário, a Antaq apostou na parceria público-privada para fomentar o transporte pela água. Em 2013 a agência contabilizou 120 terminais de uso privado e, em 2018 esse número havia subido em 68%, chegando a 202 unidades e R\$ 21 bilhões em investimentos. Também estão em análise mais 48 pedidos, que, se aprovados, gerarão mais R\$ 6,9 bilhões.

O engenheiro mecânico-aeronáutico CEO da Hidrovias Brasil, Bruno Serapião, acredita que é preciso um plano de 15 anos de investimentos constantes em hidrovias, tanto do governo quanto de parcerias com o setor privado. Hoje a empresa transporta 6 milhões de toneladas em todo o território nacional e tem investimentos da ordem de R\$ 1,5 bilhão em projetos hidroviários no norte do país. O empresário afirma, em

entrevista<sup>24</sup> para o site Terra, que é preciso organizar o desenvolvimento dos canais logísticos de maneira integrada e que o governo não deve mudar o Plano Nacional de Logística a cada eleição. “Eu não posso substituir o estado e investir em tudo”, completa. Ele diz também que o Estado deve regular e definir regras iguais para todos, “se eu invisto, pago os impostos, faço as licenças, participo dos anúncios públicos, não dá para o meu vizinho desmatar, jogar barcaça no rio, sonegar e ainda competir comigo cobrando 30% a menos pelos serviços”, conclui. Em 2017, o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (Dnit) fez um convênio com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para melhorar o sistema hidroviário, o que tem permitido contratar obras e avançar alguns projetos estagnados. Em 2019, também está previsto o lançamento da terceira versão do PNLP, com uma revisão geral de todos os planos mestres. Com essas medidas, a Secretaria de Logística e Transportes do governo do estado de São Paulo acredita que a movimentação de cargas por hidrovias deve crescer em torno de 10% ao ano.

#### **4.2 Infraestrutura de Recepção**

A infraestrutura de recepção é o conjunto de serviços que garantem a qualidade de vida do cidadão: energia, abastecimento de água, saneamento transporte público, moradia, comércio e paisagens naturais preservadas. Esse tipo de atividade é dinamizadora da coesão espacial, econômica e social do país, não somente pelas características de integração, mas também pela relação direta com a qualidade de vida dos moradores e com a impulsão do capital humano. Portanto, seus indicadores turísticos são equivalentes aos indicadores sociais da comunidade em modo geral, pois mesmo que estejam disponíveis para turistas, se a população local não tem acesso, gera uma dificuldade de manutenção a médio e longo prazo.

Ao aumentar o fluxo turístico de uma localidade, a quantidade de lixo produzido supera muito as quantidades normalmente produzidas pela população local, então um serviço precário de coleta levaria automaticamente a um cenário de poluição e degradação ambiental, sem contar que a vista passa a se tornar extremamente desagradável para os visitantes. A ausência de saneamento e energia elétrica, por

---

<sup>24</sup> Matéria “Bruno Serapião, presidente da Hidrovias do Brasil, fala sobre gargalos do setor e os papéis do governo e da iniciativa privada”, do dia 6 de setembro de 2017. Disponível em: <<https://www.dinheirorural.com.br/o-potencial-de-hidrovias-para-regiao-norte-do-brasil-e-fantastico/>> Acesso em: 16/09/2018.

outro lado, restringe a capacidade de expansão e mesmo de manutenção das atividades ligadas à indústria do turismo, por afetar diretamente questões de higiene e bem-estar, assim como sustentabilidade e precariedade das ações básicas de rotina diárias. No mais, a ausência de hospedagem, comércio, transporte público, postos de saúde e serviços de informação, enfim, urbanização em geral, podem simplesmente causar desinteresse por parte do turista, que irá preferir visitar lugares em que se sinta mais confortável e melhor assessorado.

A economia global prevê a necessidade de um investimento de US\$ 90 trilhões em 15 anos, para substituir equipamentos obsoletos e acomodar o crescimento populacional, que tem como previsão 1,4 milhões de pessoas a mais por semana pelas próximas duas décadas; o que significa literalmente dobrar o investimento anual que é feito atualmente. E a América Latina como um todo, principalmente Brasil, México e Argentina, ainda precisa solucionar mais um problema: as parcelas mais pobres da população urbana, sobretudo em periferias metropolitanas, encontram-se excluídas do acesso aos serviços básicos, situação que agrava problemas de saúde e degradação do meio ambiente em escala nacional. Quando o assunto é turismo, o cenário se repete: bons atrativos nos grandes centros e uma grande deficiência nos entornos.

No Brasil, até 1990, a habitação pública e saneamento representavam 4,4% do gasto público total e, uma década depois, essa porcentagem ainda diminuiu para 0,8%. Em 2003, foi criado o Ministério das Cidades, juntamente com as Secretarias Nacionais ligadas às políticas urbanas setoriais, o que favoreceu o desenvolvimento de políticas nacionais nesse sentido e iniciou uma mudança de cenário. No mesmo ano, também foi lançado o primeiro Plano Nacional do Turismo no Brasil, com validade até 2007, que tinha como algumas de suas metas aumentar para 9 milhões o número de turistas estrangeiros, aumentar para 65 milhões as chegadas de passageiros em vôos domésticos e ampliar a oferta turística brasileira, desenvolvendo no mínimo três produtos de qualidade em cada estado da federação. O Ministério do Planejamento, porém, alertou em seu relatório de infraestrutura de 2007 que as políticas de ampliação de fluxo estavam ocorrendo de maneira inadequada, pois quaisquer elevações nos fluxos turísticos, ou até mesmo a manutenção dos fluxos da época, somente seriam sustentáveis mediante pesados investimentos no setor básico, caso

contrário haveria deterioração do patrimônio histórico, cultural, ambiental e dos demais recursos turísticos.

A partir do PAC 1, lançado também em 2007, houve um aumento de recursos federais e foi aprovada a Lei Federal do Saneamento Básico (Lei 11.445/2007), com orientações para a regularização do abastecimento de água potável, esgotamento sanitário, limpeza urbana, manejo de resíduos sólidos e a drenagem e manejo das águas pluviais urbanas. O documento também afirma ser papel do Estado e do caráter de serviço público fornecer todos esses serviços a toda a população com equidade, dando prioridade para as comunidades de baixa renda, um passo importante para a universalização desses serviços.

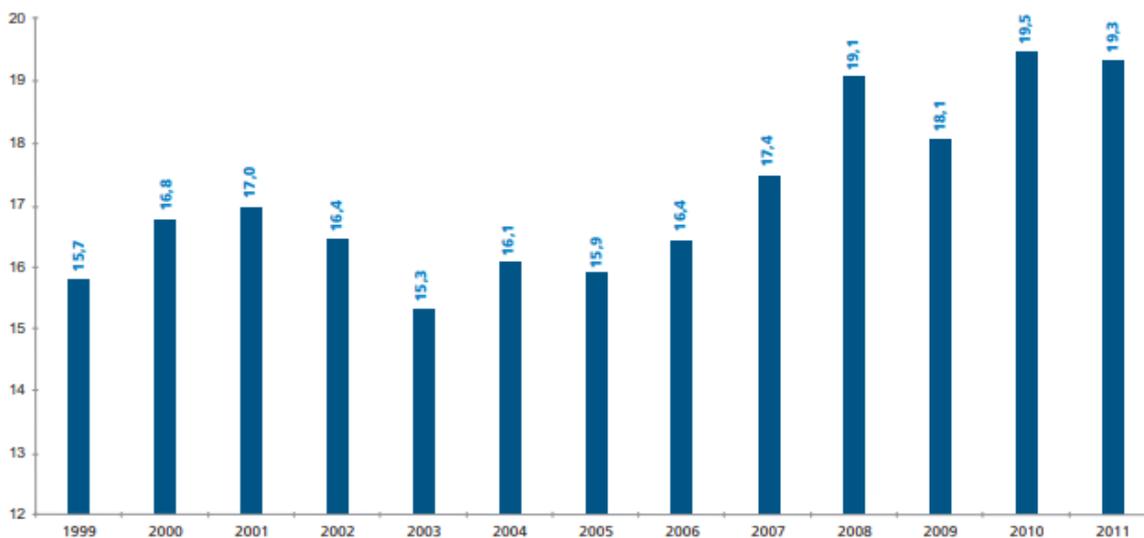
A publicação *A economia brasileira: conquistas dos últimos 10 anos e perspectivas para o futuro*, divulgada Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social em 2012, aponta que, ao longo da primeira década do século XXI, a porcentagem do PIB destinada a investimentos nos diferentes setores da economia cresceu gradativamente, até a marca de 19,3% em 2011, como mostra a Figura 41, abaixo. Os principais determinantes dessa aceleração foram o crescimento da agropecuária, devido ao mercado chinês; a expansão do mercado doméstico, que atraiu diversas empresas a se instalarem no território nacional; a atividade do PAC, que realizou melhorias significativas em infraestrutura, o que acaba gerando retorno financeiro para mais investimentos; e construção residencial, principalmente com o programa social Minha Casa Minha Vida, que garante teto para famílias de baixa renda e é uma forma de auxiliar a inclusão delas no mercado, tanto como mão de obra quanto como consumidores.

Entretanto, a Pesquisa Nacional de Saneamento Básico do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (Ibge) revelou que as prefeituras brasileiras não possuíam instrumentos de planejamento e nem de regulação: não havia estruturas institucionais, agentes públicos capacitados ou quadros técnicos capazes de orientar e fiscalizar a execução de obras, o que resultou em uma baixa efetividade dos investimentos, com projetos de má qualidade e estruturas administradas de forma inadequada. A saída do Estado do setor de habitação, para que a atividade fosse utilizada como ativo financeiro, também provocou um grande impacto no exercício do direito à moradia adequada, que passou a depender de políticas públicas e iniciativas do terceiro setor

para se concretizar. A crise financeira de 2008 acrescentou alguns impactos negativos na situação, que já não estava favorável, com a diminuição das exportações de países em desenvolvimento para os desenvolvidos, a redução os fundos destinados à assistência e cooperação internacional, e a queda do investimento estrangeiro direto.

Figura 41 – Histórico de porcentagem do PIB investido nos diversos setores da economia

**GRÁFICO 12 TAXA DE INVESTIMENTO (INVESTIMENTO/PIB) EM %**



Fonte: Elaboração BNDES, com base em dados do IBGE.

Fonte: *A economia brasileira: conquistas dos últimos 10 anos e perspectivas para o futuro*  
BNDES

Em 2010, a maioria das microrregiões brasileiras foram classificadas com um baixo grau de infraestrutura urbana, de acordo com uma fórmula proposta pela Universidade Federal de Santa Catarina para quantificar esse índice, correlacionando informações de sistema educacional, mercado de trabalho, entorno dos domicílios, saneamento urbano, eletrificação, acessibilidade à pessoas com deficiência e sistema de saúde. Segundo o trabalho, 95,3% das microrregiões do Norte apresentavam baixo grau de infraestrutura urbana, sendo que apenas três foram classificadas como grau médio. Já na região Nordeste, a porcentagem de baixa infraestrutura era de 57,44%, sendo que 78 localidades receberam a classificação média e duas atingiram o alto grau de urbanização. O Centro-oeste também seguia aproximadamente essas proporções, com 67,3% de microrregiões em baixo grau de desenvolvimento, 28,8%

de médio grau e duas de alto grau. Em relação à região Sul, metade de suas localidades apresentou baixo grau de infraestrutura e também teve apenas duas delas classificadas como de alto grau. Por fim, a região Sudeste foi a única que apresentou um percentual considerável de alto grau de desenvolvimento, pois das suas 160 microrregiões, 76 receberam essa classificação, ou seja, 92,6% das áreas de alto grau de infraestrutura urbana no país estavam concentradas em São Paulo e Minas Gerais, o que indica também a concentração de atividades econômicas e, conseqüentemente, a facilidade para atração de investimentos. A Figura 37 apresenta o mapa de microrregiões do Brasil em 2010, com suas respectivas indicações de nível de urbanização.

Entre 2011 e 2013, o Orçamento Geral da União destinou R\$26,6 bilhões para saneamento básico e teve um percentual de execução de 60% das obras previstas no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC). Contudo, o Panorama de Saneamento Básico de 2014, apresentado pelo Ministério das Cidades para subsidiar o Plansab seguinte, apontou que quase 30% do país não recebia abastecimento adequado de água, mais de 50% não tinha esgotamento sanitário dentro dos padrões e apenas 66% da população tinha acesso a um manejo de resíduos sólidos condizente com o previsto na legislação de 2007, como mostra a Figura 42. É importante ressaltar que os 12 milhões de brasileiros sem acesso nenhum à água eram em grande maioria indígenas que perderam seu espaço em reservas ambientais e tinham renda de até 2 salários mínimos ou menos, sendo que 75% recebia até meio SM. O documento afirmava ainda, que seriam necessários R\$420,9 bilhões, investidos até 2030 em medidas estruturais de saneamento para universalizar o acesso nacional. O próprio Plansab, quando redigido, colocou a meta de R\$508,4 bilhões até 2033; mas um ano depois os cenários estabelecidos ficaram obsoletos, devido aos índices de inflação e crescimento do PIB, muito diferentes do previsto. A Confederação Nacional da Indústria (CNI) afirmou, em 2017, que com o ritmo de investimentos apresentado, o Brasil somente iria conseguir universalizar o atendimento de água em 2043 e o de esgoto em 2054.

Apesar das previsões, o Atlas da Vulnerabilidade Social, publicado pelo IPEA em 2017, analisou as condições de vida da população durante a primeira quinzena do milênio em três eixos principais: infraestrutura urbana, capital humano, renda e

trabalho, indicando avanços significativos no período. Em 2000, o país como um todo se encontrava na faixa de alta vulnerabilidade, com um índice de 0,446, e, na época do estudo, já estava classificado como baixo, apontando 0,266 na faixa de vulnerabilidade, que pode ser observada na Figura 43. Os mapas presentes nas Figura 45, Figura 46, Figura 47 e Figura 48, interpretados a partir da escala da Figura 44, apresentam a evolução do país tanto no índice geral quanto nos específicos, no período de 2000 a 2010. O de infraestrutura urbana, que avalia abastecimento de água e esgoto adequados, coleta de lixo e tempo de deslocamento entre moradia e trabalho; abaixou 15%, de 0,351 (médio) para 0,295 (baixo). Já o de capital humano, que mede mortalidade infantil, crianças até 14 anos fora da escola, mães precoces, mães chefes de família com baixa escolaridade e escolaridade domiciliar; abaixou 28%, de 0,503 (muito alto) para 0,362 (médio). Por fim, o de renda e trabalho, que mede desocupação de adultos, ocupação informal de adultos pouco escolarizados, a existência de dependentes de pessoas idosas e existência de trabalho infantil; foi o que sofreu a maior redução, de 34%, saindo de 0,485 (alto) para 0,320 (médio).

Figura 42 – Atendimento e déficit de saneamento básico no Brasil em 2014

**TABELA 3.2** Atendimento e déficit por componente do saneamento básico no Brasil adotado pelo Plansab, 2008

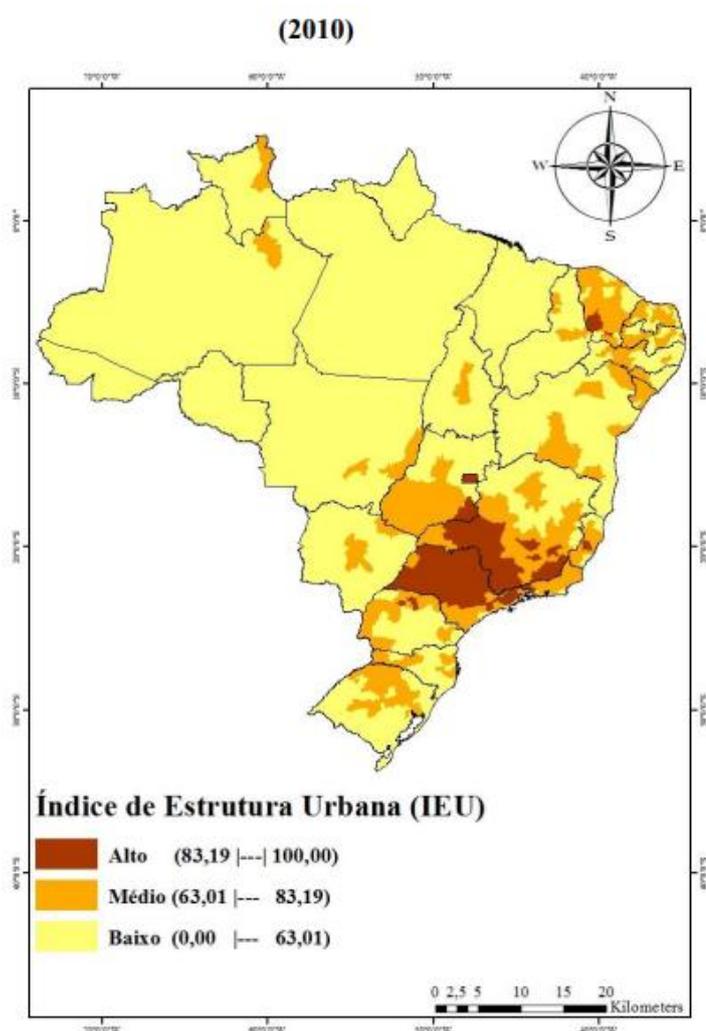
Componente	Atendimento adequado		Déficit			
	(hab.)	%	Atendimento precário (hab.)	%	Sem atendimento (hab.)	%
Abastecimento de água	134.244.6701	71,0	46.323.865	24,5	8.508.4652	4,5
Esgotamento sanitário	90.137.8503	47,8	44.624.150	43,7	8.325.000	8,4
Manejo de resíduos sólidos domiciliares	125.969.070	66,6	37.957.316	20,1	25.316.000	13,4

Fonte: Panorama de Saneamento Básico de 2014/MCidades

Durante o período de 2011 a 2015, os índices continuaram reduzindo, chegando todos à classificação baixa, como mostra a Figura 49. Apenas o IVS de renda e trabalho que regrediu em 2015, devido à crise econômica e ao aumento do desemprego, mas ainda assim, se manteve abaixo de 0,3. Até 2015, o PAC investiu R\$265,2 bilhões em 2,3 milhões de unidades habitacionais para pessoas de baixa

renda, atingindo 8 milhões de brasileiros; além de contratar R\$ 41 bilhões via Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo, sendo R\$26 bilhões apenas para novos imóveis; e realizar 85 ações de urbanização e assentamentos em 79 municípios, beneficiando 25 mil pessoas. Se tratando de mobilidade urbana, um terço das obras previstas estavam concluídas ou em execução, e a energia elétrica chegou para 3,3 milhões de famílias, um investimento de R\$22,7 bilhões. Da carteira total de equipamentos sociais nas áreas de saúde, educação e cultura, ficou faltando muitas coisas, mas ainda assim, foram construídas 1.876 Unidades Básicas de Saúde (UBS); 586 quadras esportivas; 237 creches e 4 cidades históricas foram completamente reformadas.

Figura 43 – Índice de Estrutura Urbana nas microrregiões brasileiras em 2010



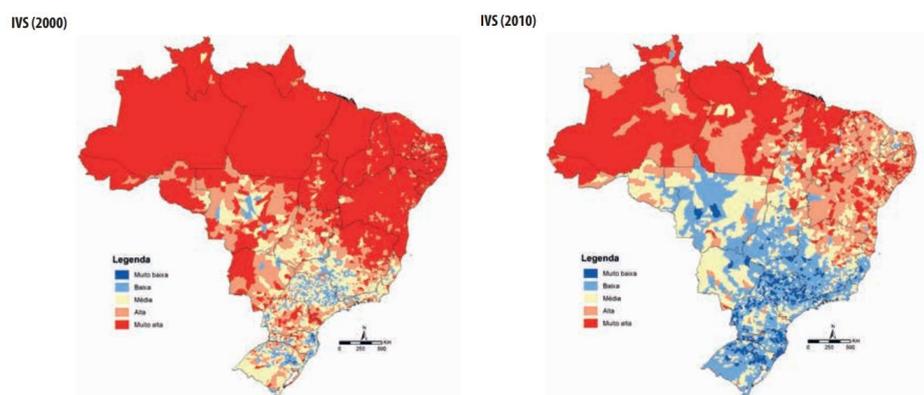
Fonte: *Urbanização brasileira, planejamento urbano e planejamento da paisagem/ UFSC*

Figura 44 – Faixas de Vulnerabilidade Social



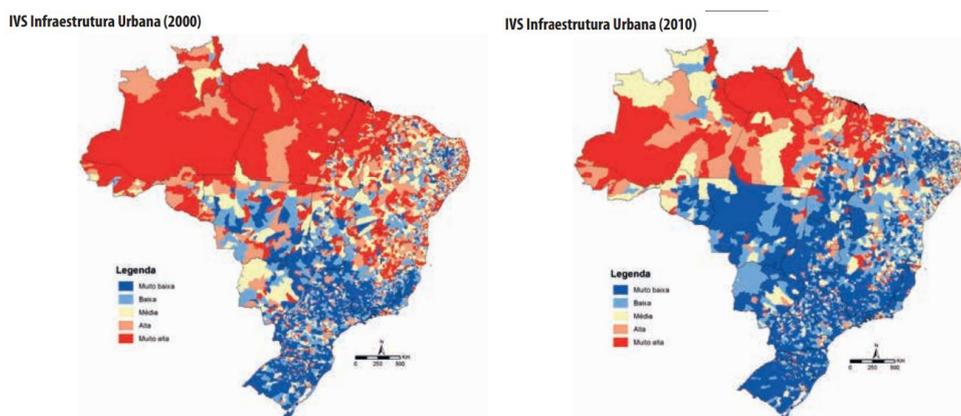
Fonte: *Atlas da Vulnerabilidade Social/IPEA*

Figura 45 – Mapa comparativo do Índice de Vulnerabilidade social 2000/2010



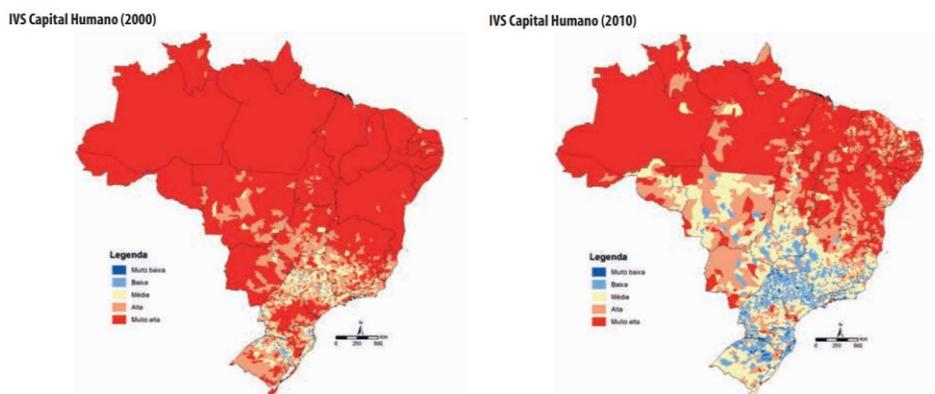
Fonte: *Atlas da Vulnerabilidade Social/IPEA*

Figura 46 – Mapa comparativo do IVS Infraestrutura Urbana 2000/2010



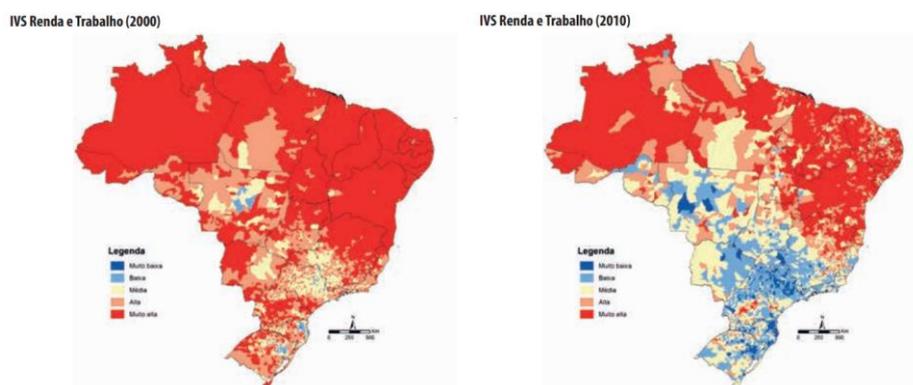
Fonte: *Atlas da Vulnerabilidade Social/IPEA*

Figura 47 – Mapa comparativo IVS Capital Humano 2000/2010



Fonte: Atlas da Vulnerabilidade Social/IPEA

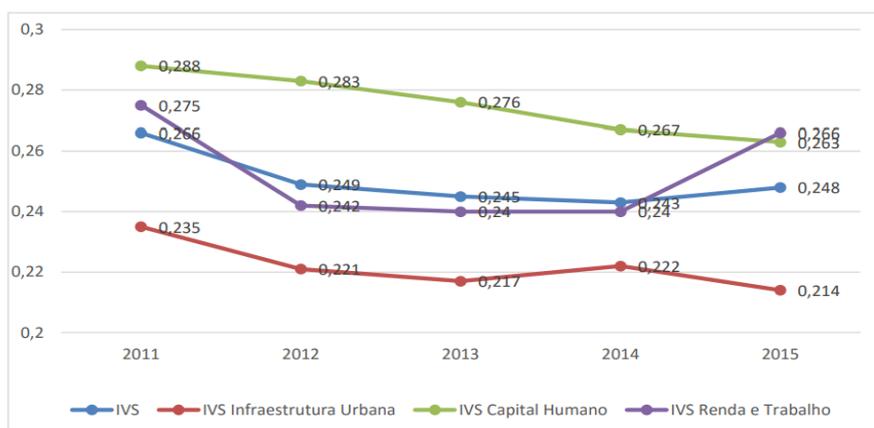
Figura 48 – Mapa comparativo IVS Renda e Trabalho 2000/2010



Fonte: Atlas da Vulnerabilidade Social/Ipea

Figura 49 – Histórico do Índice de Vulnerabilidade Social e suas dimensões 2011/2015

Gráfico 1: Redução do IVS e suas três dimensões no Brasil, 2011 – 2015.



Fonte: Ipea, 2017.

Fonte: Atlas da Vulnerabilidade Social/Ipea

Contudo, os investimentos em infraestrutura reduziram para 1,95% do PIB em 2016 e, em seguida, para 1,69%, em 2017, com um valor estimado de R\$110,7 bilhões, valor insuficiente para realizar sequer a manutenção necessária nas estruturas já existentes e manter a qualidade dos serviços. Em 2019, o Governo Federal assinou uma medida provisória instituindo um fundo para viabilizar concessões e parcerias público-privadas (PPPs), na área de infraestrutura nos estados e municípios, para melhorar iluminação pública, saneamento e gestão de resíduos sólidos. Além disso, as PPPs municipais poderão contar com as garantias do Fundo Garantidor de Infraestrutura, que antes só eram oferecidas para acordos firmados pela União ou pelos estados. O objetivo era estimular cerca de R\$ 4 bilhões em investimentos privados para infraestrutura urbana e, com a produção em larga escala, reduzir os custos dos projetos.

O Ministério das Cidades também se comprometeu a aplicar R\$ 5,7 bilhões de investimentos público-privados em obras de mobilidade urbana e saneamento. Municípios com até 20 mil habitantes poderão encaminhar propostas com valor entre R\$500 mil e R\$5 milhões; os que possuem entre 20 mil e 60 mil têm orçamento variando entre R\$1 milhão e R\$15 milhões; os que possuem entre 60 mil e 100 mil habitantes, entre R\$1 milhão e R\$20 milhões; e, por fim, os que possuem de 100 mil a 250 mil moradores podem entregar projetos de até R\$30 milhões. Ainda segundo o Ministério, não havia prazo limite para as inscrições de propostas. O programa Saneamento Para Todos ficou de contribuir com R\$2 bilhões em financiamentos para projetos de abastecimento de água, esgoto e manejo de resíduos sólidos; enquanto o Banco do Brasil, a Caixa Econômica e o BNDES disponibilizaram mais R\$ 11,7 bilhões em linhas de crédito para as obras municipais.

Um levantamento do Instituto Trata Brasil de agosto de 2017 aponta que até a data, 30% dos 5.570 municípios haviam elaborado seus planos de infraestrutura, outros 38% estavam em processo de elaboração, 2% apresentavam dados inconsistentes e outros 30% não divulgaram nenhuma informação sobre o assunto. Em 2018, dos 18 estados que se mostraram interessados nas linhas de crédito do BNDES, apenas 7 estão realizando os estudos necessários, o que reforça o problema da ausência de pessoal capacitado a nível municipal para coleta e avaliação de dados, problema que foi identificado e persiste desde a virada do milênio. A operação Lava

Jato, maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que já aconteceu no Brasil, também atingiu o setor de saneamento e diversas regiões com baixos índices de saneamento básico estavam sofrendo com esquemas entre empresas privadas e prefeituras: as empresas doavam dinheiro para as campanhas eleitorais em troca de apoio para a privatização dos sistemas de saneamento, mas quando conseguiam as concessões, a maioria das obras não saía do papel.

Em outras palavras, os maiores desafios do país, relacionados a infraestrutura de recepção, para os próximos anos, é capacitar as equipes municipais para planejar obras relevantes, eficientes e econômicas; assim como melhorar a fiscalização de parcerias público-privadas a nível municipal, para reduzir a quantidade de dinheiro desviado, principalmente após a medida provisória de 2017, que tende a incentivar cada vez mais esse tipo de acordo. Entretanto, se tratando de investimentos, a tendência é que, com a recuperação da crise, aumente o interesse internacional, principalmente para projetos sustentáveis. O G20 estabeleceu, em 2014, uma nova Iniciativa de Infraestrutura Global, em parceria com o Banco Mundial e outros bancos multilaterais, para catalisar investimentos públicos e privados e ajudar na entrega de grandes projetos de infraestrutura em países de baixa e média renda. Segundo o relatório *The Sustainable Infrastructure Imperative: Financing for Better Growth and Development* (em tradução livre, “O imperativo da infraestrutura sustentável: financiamento para qualificar o crescimento e o desenvolvimento”), do New Climate Economy, o mundo precisa investir US\$90 trilhões em energia, transportes, construções, água, saneamento e preservação natural, para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável estabelecidos pela ONU até 2030.

Ainda de acordo com a publicação, priorizar tecnologia sustentável gera custos iniciais mais pesados, porém a economia gerada consegue pagar os custos em até 2 anos de operação. além disso, promove o crescimento econômico inclusivo, aumenta o acesso a serviços urbanos básicos, reduzindo a pobreza, promovendo o desenvolvimento sustentável e amenizando os riscos das mudanças climáticas. O trabalho identifica, por fim, as quatro principais áreas que irão exigir ações internacionais conjuntas, para superar as barreiras do setor: o combate às distorções fundamentais de preço, incluindo subsídios, para combustíveis fósseis e carbono, com a intenção de desmotivar o uso e gerar receita que pode ser redirecionada para outros

projetos; o fortalecimento de estruturas políticas para possibilitar condições de investimento; a transformação do sistema financeiro, para proporcionar a escala de investimento necessário; e o aumento de investimentos em pesquisa, desenvolvimento e implantação de tecnologia limpa, para reduzir custos e aumentar o acesso às soluções mais sustentáveis.

#### **4.2.1 Saneamento Básico**

A primeira vez que a gestão pública começou a falar em uma solução única para os serviços básicos de atendimento à população foi em 2007, com a Lei Nacional de Saneamento Básico (11.445/2007), que definia a universalidade do acesso a esse direito no país. Antes disso, as intervenções federais estavam espalhadas em 80 ações, ligadas a 24 programas, sob a responsabilidade de oito ministérios diferentes mais duas instituições financeiras da União, resultando em um quadro disperso e sem soluções integradas, que gerou uma disparidade de acesso entre as regiões do país, como é possível observar na Figura 50, que apresenta dados coletados em 1999 e 2000. Enquanto o Sul, o Sudeste e o Centro-Oeste apresentam coberturas relativamente próximas da universalização, mais da metade das pessoas que viviam no Norte e no Nordeste não recebiam água encanada e nem eletricidade, situação que muito mais do que afastar turistas, agrava problemas de saúde e degradação ambiental. Mas os dados mostram também uma grande evolução de um ano para outro, de mais de 10% em todas as regiões, o que indica que, pelo menos, a universalização desses serviços era uma prioridade de gestão.

O governo Lula sintetizou todas as ações que estavam em vigor em torno de de cinco projetos principais do PPA 2004-2007, como mostra a Figura 51; e, com a Lei, foram determinadas quatro grandes áreas de saneamento, sendo elas água encanada, esgoto, coleta de lixo e drenagem de chuvas. Ela também prevê que, os municípios, titulares da prestação desses serviços, deveriam dispor de um plano elaborado de planejamento estrutural, construído com o apoio da sociedade civil. E por fim, foram estabelecidas regras básicas que definiam as competências do Governo Federal, estados e municípios para a prestação desses serviços, assim como a regulamentação e a participação de empresas privadas.

A expectativa era de que o setor fosse crescer exponencialmente depois da Lei, mas muitos prefeitos não entenderam sua obrigatoriedade e alegam que o baixo orçamento não permite que eles invistam o quanto gostariam em saneamento básico, principalmente porque educação e saúde consomem grande parte dos recursos. As principais fontes de investimento disponíveis para o saneamento básico no país são: 1) recursos dos fundos financiadores (FGTS e FAT); 2) recursos da Lei Orçamentária Anual (LOA), também conhecido como Orçamento Geral da União (OGU), e dos orçamentos de estados e municípios; 3) empréstimos internacionais de agências multilaterais de crédito, como o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e o Banco Mundial (BIRD); e 4) recursos das empresas prestadoras de serviço, resultantes de superávits de arrecadação. Entre 2003 e 2009, o valor total comprometido com iniciativas de saneamento foi da ordem de R\$25 bilhões, o equivalente a 0,13% do PIB nacional do mesmo período, o que torna difícil a regularização e cobrança dos municípios. Outro problema é o despreparo das equipes responsáveis pela realização do plano, pois é preciso capacidade técnica, o que muitos municípios, principalmente os menores, não tem.

Figura 50 - Infraestrutura básica por região (1999-2000)

Tabela 27 - Infra-estrutura básica: desempenho das regiões  
(em % de pessoas cobertas)

Região	Pessoas que vivem em domicílios com água encanada		Pessoas que vivem em domicílios com eletricidade		Pessoas que vivem em domicílios urbanos com coleta de lixo	
	1991	2000	1991	2000	1991	2000
Sul	86,6	95,4	92,6	98,1	85,7	97,1
Sudeste	86,3	93,5	94,0	98,4	78,9	94,3
Norte	42,5	53,9	67,8	82,6	56,8	77,8
Nordeste	45,3	59,5	71,0	87,6	61,2	81,3
Centro oeste	73,0	86,8	87,0	95,5	77,9	92,9

Fonte: Atlas do desenvolvimento humano brasileiro (Nações Unidas)

Fonte: Estudos da competitividade do turismo brasileiro/MTur

Figura 51 - Projetos de saneamento do PPA 2004-2007.

**QUADRO 1**

**Distribuição das competências do governo federal na área de saneamento ambiental, no âmbito do PPA 2004-2007**

Programa	Ministérios participantes	Coordenação
Saneamento ambiental urbano	MCidades, Ministério da Saúde (MS), Fundação Nacional de Saúde (Funasa), Ministério do Meio ambiente (MMA) e Agência Nacional de Águas (ANA)	MCidades
Resíduos sólidos urbanos	MCidades, MS e Funasa, MMA e ANA, Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e Presidência da República (PR)	(MMA)
Drenagem urbana	MCidades, MS e Funasa, Ministério da Integração Nacional	Ministério da Integração Nacional
Saneamento rural	MS (Funasa)	MS
Conviver	Ministério da Integração Nacional, MMA, Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA)	Ministério da Integração Nacional

Fonte: Brasil (2004a).

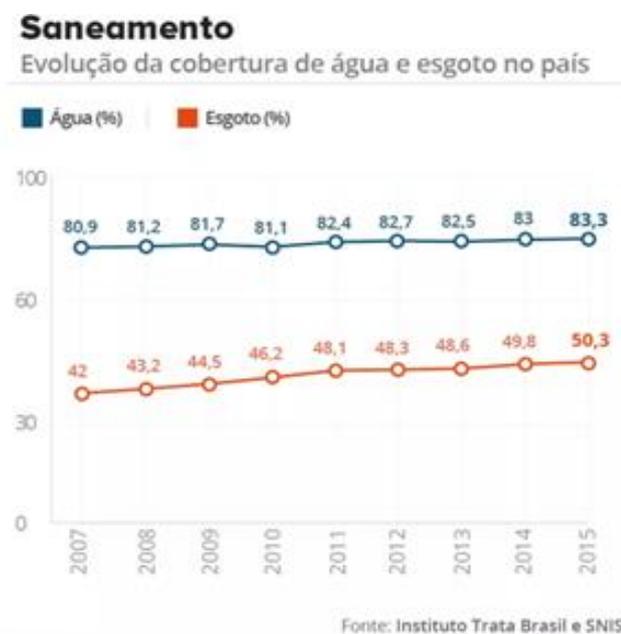
Fonte: *Infraestrutura social e urbana no Brasil: subsídios para uma agenda de pesquisa e formulação de políticas públicas/IPEA*

Quando a lei foi sancionada, 42% da população era atendida por redes de esgoto, 37,6% tinha esse esgoto tratado e 80,9% recebia abastecimento de água. Oito anos depois, o primeiro índice aumentou 8,3 pontos percentuais, o que corresponde a menos de 1% ao ano, o segundo subiu 7,4 pontos e o terceiro foi para 83,3%, um aumento de 2,4 pontos percentuais em todo esse tempo, como mostra a Figura 52. Isso significa que, em 2015, metade da população brasileira ainda lidava de maneira alternativa com seus dejetos, seja criando fossas ou jogando diretamente em rios. A pesquisa *Infraestrutura social e urbana no Brasil: subsídios para uma agenda de pesquisa e formulação de políticas públicas*, do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), aponta para uma correlação direta entre ausência de saneamento e pobreza:

A chance de ter redes de água e esgotos em um domicílio cuja chefia apresenta alta escolaridade é 2,5 vezes maior do que a chance de um domicílio cujo chefe não possui instrução. E para um domicílio com renda agregada superior a cinco salários mínimos, a chance de possuir rede de água é 2,6 vezes superior à dos domicílios com renda de até 1,5 salário mínimo. Quando se trata do acesso ao esgotamento

sanitário, um domicílio ter renda agregada superior a cinco salários mínimos dobra as suas chances de possuir rede de esgotamento sanitário, em relação a renda agregada de 1,5 salário mínimo. (IPEA, 2010, pág. 437)

Figura 52 - Evolução da cobertura de água e esgoto no país



Fonte: O Globo

A disparidade entre as regiões também aumentou bastante durante esse período: enquanto o estado de São Paulo estava 95,6% coberto com água encanada e 88,4% de seus dejetos caíam em um sistema de esgoto, a região norte do país tinha 49% de sua população abastecida com água e 7,4% por esgoto. Ao analisar o pior estado brasileiro, Rondônia, a situação fica ainda mais discrepante, com índices de 34% e 3,8%. A gestão de resíduos sólidos e o esgotamento sanitário no país têm sido realizados “a partir do paradigma ‘o que os olhos não veem; o coração não sente’” (IPEA, 2010, pág. 516), ou seja, o serviço de coleta e transporte para longe dos centros populacionais é bem eficiente, como mostra a Figura 53, porém, o tratamento e a disposição final não recebem a mesma atenção do Estado. “Em parte, isto se deve ao fato de que uma gestão adequada de resíduos sólidos ainda não foi colocada como foco das demandas da sociedade para com o poder público municipal.” (IPEA, 2010, pág. 516)

Figura 53 - Histórico da coleta de resíduos sólidos no Brasil (1989-2007)

TABELA 1  
**Cobertura da coleta direta e indireta de resíduos sólidos – 1989-2007**  
 (Em %)

	1989	1992	1995	1998	2001	2004	2007
Cobertura geral							
<b>Brasil</b>	<b>62,9<sup>(1)</sup></b>	<b>66,5<sup>(1)</sup></b>	<b>72,0</b>	<b>78,3</b>	<b>83,2</b>	<b>84,8</b>	<b>87,4</b>
Urbano							
<b>Brasil</b>	<b>78,3</b>	<b>81,4</b>	<b>86,7</b>	<b>92,4</b>	<b>94,9</b>	<b>96,3</b>	<b>97,9</b>
Norte	55,4	56,0	64,1	77,3	85,3	89,0	95,3
Nordeste	62,2	65,9	73,7	83,7	88,4	90,8	94,2
Sudeste	85,2	88,0	91,9	96,1	97,8	98,7	99,3
Sul	83,4	89,8	94,7	97,4	98,1	98,8	99,4
Centro-Oeste	74,7	77,6	86,0	94,1	95,7	97,4	98,6
Rural							
<b>Brasil</b>	<b>3,2<sup>(1)</sup></b>	<b>6,7<sup>(1)</sup></b>	<b>10,4<sup>(1)</sup></b>	<b>17,5<sup>(1)</sup></b>	<b>15,7<sup>(1)</sup></b>	<b>21,7</b>	<b>28,6</b>
Norte	nd	nd	nd	nd	nd	16,7	22,5
Nordeste	3,5	6,0	7,5	10,5	8,7	11,4	16,9
Sudeste	2,8	9,7	15,2	25,8	27,9	38,2	45,0
Sul	5,1	6,6	12,5	22,9	20,5	30,7	44,5
Centro-Oeste	3,3	2,2	7,3	20,9	11,3	20,5	21,6

Fontes: IBGE (1990, 1993, 2010).

Nota: <sup>1</sup> Exclui os domicílios da área rural da região Norte.

Obs.: nd = Não disponível.

Fonte: Estudos da competitividade do turismo brasileiro/MTur

O sistema de resíduos sólidos urbanos possui uma estrutura complexa e necessita de um grande aporte de recursos financeiros, seja para investir em caminhões, instalação de aterro, entre outros; seja para custear operações e pagar funcionários. E normalmente, esses valores não são cobrados diretamente da população, mas sim embutidos nos impostos territoriais e acumulados no tesouro municipal, cujo uso é decidido durante votação de orçamento nas Câmaras Municipais, o que nem sempre garante que esses recursos sejam direcionados adequadamente ou em quantidades suficientes.

Na década de 1990, foi apresentado um projeto de lei sobre acondicionamento, coleta, tratamento e destinação final de resíduos de saúde e, posteriormente, foram anexados outros 78 projetos relacionados, sendo que nove buscavam criar de forma geral uma responsabilidade pós-consumo para os produtores e outros quatro propunham a elaboração de uma Política Nacional de Resíduos Sólidos. Em 1996, o Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama) criou um grupo de trabalho para propor diretrizes nesse sentido, com o intuito de servir de base para o Congresso

Nacional criar a PNRS, mas a documentação nunca chegou ao seu destino. Mesmo assim, algumas propostas foram feitas nesse sentido: o Projeto de Lei 121/2003 criou o conceito de corresponsabilidade entre poder público e empresas, além de propor um Fundo Nacional de Resíduos Sólidos, mas somente o PL 1991/2007, que traz o conceito de logística reversa, em que a responsabilidade é compartilhada com produtores, consumidores e o Estado, foi aprovado na Câmara dos Deputados. Contudo, segue até hoje arquivado no Senado.

O PPA 2004-2007 criou o Programa Nacional de Resíduos Sólidos, que manteve as mesmas diretrizes gerais no mandato seguinte e tem se transformado em diversas ações menores, coordenadas pela Secretaria de Recursos Hídricos e Ambiente Urbano (SRHU), do Ministério do Meio Ambiente, que também tem a responsabilidade de construir infraestrutura e auxiliar na elaboração de Planos Estaduais de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos. O Fundo Nacional do Meio Ambiente (FNMA) também tem apoiado municípios com população entre 30 mil e 250 mil habitantes, disponibilizando recursos para inventário, planos de gerenciamento integrado, erradicação de lixões, implementação de tratamento e disposição de resíduos, capacitação de catadores e projetos que busquem mitigar a emissão de gases de efeito estufa por resíduos sólidos.

Em 2010, a PNRS foi finalmente aprovada, com a Lei 12.305/10 que engloba as propostas anteriores e ainda prevê multas de até R\$2 milhões para empresas que descumprirem com as exigências de política reversa e, quatro anos depois, o Ministério das Cidades lançou o Plano Nacional de Saneamento, que havia sido previsto na Lei de 2007. O documento apresentava metas de curto, médio e longo prazo para universalização dos serviços, diminuição dos índices de desperdício, erradicação de lixões, entre outros. Foi previsto um custo de R\$ 508 bilhões para a universalização dos quatro serviços básicos até 2033, sendo que desses, R\$303 bilhões são para a universalização de água e esgoto.

Em 2015, o abastecimento de água subiu 1,5% enquanto o de saneamento teve um aumento de 4,5%, segundo a *Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio*, do IBGE. No entanto, um ano depois os cenários e metas já estavam obsoletos, devido à inflação e à redução do PIB. De 2015 para 2016, os investimentos em água e esgoto caíram de R\$ 13,2 bilhões para R\$ 11,5 bilhões, dos quais cerca de R\$ 4 bilhões

foram direcionados para São Paulo. Ou seja, há uma concentração de investimentos onde a situação já está favorável, e para as partes realmente necessitadas, os recursos são ainda mais escassos. E apesar de a iniciativa privada ter aumentado sua participação de R\$ 760 mil, no ano de criação da Lei, para R\$2 milhões em 2015, o atual investimento não chega nem perto do orçamento do Bolsa Família, por exemplo, que foi de R\$ 91 bilhões em 2018. Na comparação internacional de saneamento, o Brasil aparece na 106ª posição, de 192 países. A Confederação Nacional da Indústria (CNI) aponta que, com o atual ritmo de investimentos, o país somente irá universalizar o abastecimento de água em 2043 e o de esgoto em 2054.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDS) alerta ainda que para fomentar a participação das empresas privadas, há a necessidade de um marco regulatório, da melhora no ambiente de negócios e de segurança jurídica para os acordos. O IPEA segue no mesmo raciocínio e afirma que a formulação de bons programas de planejamento não é condição suficiente para o seu sucesso, pois a dinâmica operacional pode subverter a lógica de planejamento e abrir portas para a prática de interesses desvirtuados. O instituto aponta a necessidade de criação de uma coordenação nacional de saneamento básico, ligada ao Ministério das Cidades; a criação de subplanos dedicados às estratégias específicas do PLANSAB; a articulação de estratégias com outros setores, como o de habitação, regularização fundiária, transporte e mobilidade, saúde, recursos hídricos, preservação e educação ambiental, e promoção e inclusão social; a adoção de critérios de elegibilidade para os programas e ações, para definir a prioridade do orçamento público; o aperfeiçoamento das equipes de gestão em todos os níveis, do nacional ao municipal; e, por fim, o foco nas populações mais vulneráveis, que exijam abordagem tecnológica e gerencial específica. Também é destacada a necessidade de aumentar a capacidade institucional dos órgãos ambientais brasileiros, que atualmente estão isolados dos outros setores governamentais e possuem pouca influência política.

A Medida Provisória nº 868/2018, publicada pelo Presidente Michel Temer em 28 de dezembro do ano passado, altera o marco legal de 2007, ampliando o controle da Agência Nacional de Águas (ANA) para que além de gerenciar os recursos hídricos, ela passe a regular a prestação dos serviços públicos, inclusive controlando o preço das tarifas cobradas. Pode-se dizer que, de certa forma, ocorreu uma centralização

das responsabilidades relacionadas ao saneamento básico, primeira sugestão do IPEA para melhorar esses serviços. Espera-se que, com uma agência reguladora, haja um aumento da transparência e da fiscalização, uma melhor organização nas relações com a população, apoio legal para as decisões estratégicas a nível municipal e auxílio no equilíbrio entre sistema e usuários nas questões tarifárias. Em menos de cinco meses, a ANA já lançou o Plano Nacional de Segurança Hídrica, com um orçamento de R\$27,5 bilhões para a conclusão de 114 obras de saneamento no país, para mapeamento de barragens, sistemas adutores, canais e eixos de integração.

Contudo, o documento legal também traz algumas medidas que podem ser prejudiciais para o setor: em busca de incentivar a participação de empresas privadas, a MP nº 868/2018 obriga os municípios a fazer chamamentos públicos para operações de água, lixo e esgoto, o que aumentou e muito a burocracia política (antes, bastava um contrato simplificado para utilizar serviços de uma companhia estadual, agora é preciso lançar um edital e verificar se nenhuma empresa privada tem interesse). Os governadores de 24 estados divulgaram uma carta<sup>25</sup> se opondo à MP, por medo da piora nas condições fiscais e agravamento das desigualdades, devido às tarifas elevadas. Outro agravante é o fim do subsídio cruzado, que hoje redireciona recursos arrecadados em áreas mais ricas para áreas mais pobres, pelo fato de os municípios mais rentáveis serem todos entregues ao setor privado e só os que não dão retorno acabarem por ficar sob a responsabilidade das empresas estaduais.

Se tratando de questões ambientais, o governo Bolsonaro tem tomado medidas controversas: a princípio falou sobre fundir o Ministério do Meio Ambiente com o Ministério da Agricultura, mas voltou atrás após pressão popular; em seguida, optou por esvaziar a pasta, passando o Serviço Florestal Brasileiro, o licenciamento de pesca e a determinação de áreas indígenas e quilombolas para a Agricultura, e a Política Nacional de Recursos Hídricos (o Departamento de Recursos Hídricos, o Conselho Nacional de Recursos Hídricos e a ANA) para o Ministério do Desenvolvimento Regional. As alterações são condizentes com o pensamento do representante de Estado, que diz que o agronegócio brasileiro já cumpre seu papel

---

<sup>25</sup> Carta publicada pelo Estado de São Paulo no dia 12/5/2019. Disponível em: <<http://www.embasa.ba.gov.br/images/ConteudoMultimedia/noticias/2019/maio/O%20Estado%20de%20S.%20Paulo.pdf>> Acesso em: 15/05/2019.

ambiental e não é um vetor importante no desmatamento, afirmação que vai contra todas as últimas pesquisas nacionais e internacionais de ambientalistas, relacionadas ao tema. Em outras palavras, a capacidade institucional dos órgãos ambientais, que já era baixa, perdeu ainda mais força e sem previsão de melhora, pelo menos nos próximos quatro anos, o que pode prejudicar a execução de projetos voltados para segurança ambiental e estruturação adequada de sistemas de esgoto.

#### 4.2.2 Energia Elétrica

Energia é primordial para o progresso de uma nação, pois é fator determinante para o desenvolvimento econômico e social, uma vez que fornece apoio mecânico, térmico e elétrico às ações humanas. É possível determinar o grau de desenvolvimento de uma localidade com base no uso e na capacidade de geração elétrica, pois onde há mais renda, há mais acesso a recursos que dependem de energia para funcionar, logo, gasta-se mais. No Brasil, de todos os segmentos da infraestrutura, energia elétrica é o serviço mais universalizado, 99,8% dos brasileiros possuíam acesso em 2017. Mas, a população em geral não gasta muito, quando em comparação com outros países do mundo, como mostra a Figura 54, o que indica um baixo acesso à tecnologia. As principais fontes de energia nacionais são a hidráulica, petróleo, carvão mineral, biocombustíveis, gás natural e energia nuclear, mas, diferentemente do fluxo seguido pela grande maioria das comunidades internacionais, a produção de energia do país tem sido cada vez menos limpa desde a última década.

Figura 54 - Consumo de energia no mundo

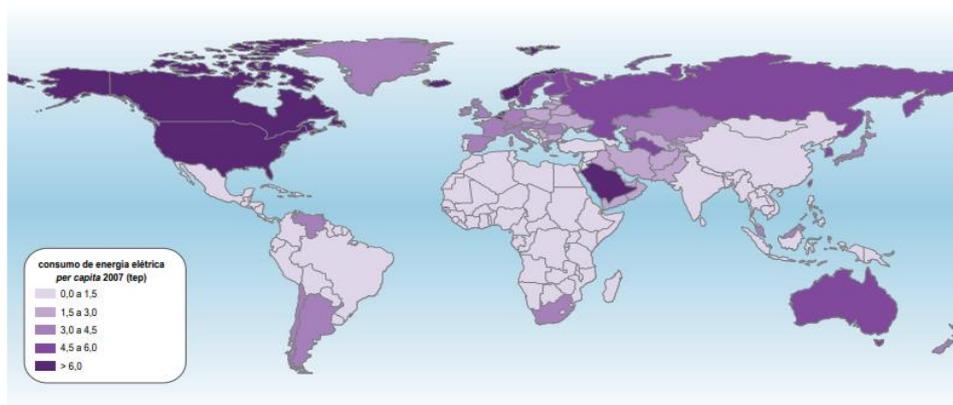


Figura 2.1 - Consumo de energia elétrica per capita em 2007.  
Fonte: BP, 2008.

Fonte: *Atlas de Energia Elétrica do Brasil/Aneel*

O desenvolvimento científico e as transformações da economia mundial do século XX receberam o suporte de uma oferta farta de energia, vinda principalmente da queima de combustíveis fósseis, como petróleo e carvão mineral. Mas na última década do século, cientistas e acadêmicos começaram a alertar sobre a deterioração ambiental e suas consequências, como o aquecimento global, provocado pelo elevado volume de emissões de CO<sub>2</sub> com os processos de combustão, e o esgotamento das reservas de recursos naturais. A virada do milênio foi caracterizada pela preocupação com o desenvolvimento sustentável e também pela busca de alternativas mais limpas para se obter eletricidade. No entanto, no mesmo período, o Brasil passava pela maior crise de energia da história nacional, acentuada pelas condições hidrológicas extremamente desfavoráveis nas regiões Sudeste e Nordeste. Diante desse cenário, o governo federal criou a Câmara de Gestão da Crise de Energia Elétrica (GCE) para implementar medidas de compatibilização entre oferta e demanda e evitar interrupções do suprimento de energia; e a empresa Comercializadora Brasileira de Energia Emergencial (CBEE), para a contratação das térmicas emergenciais.

Era necessário encontrar uma maneira de acompanhar o aumento do consumo elétrico, mas utilizando fontes menos agressivas ao meio ambiente. O foco da produção era atingir a diversificação e a limpeza da matriz energética. Os objetivos de pesquisa abrangiam tanto soluções para o aumento da eficiência dos processos, quanto a redução de custos das fontes renováveis, como vento, sol, maré e biomassa (energia gerada pela queima do bagaço da cana de açúcar), para que elas se tornem comercialmente viáveis. Ao mesmo tempo, no que se refere ao consumo, a meta era criar medidas que conduzissem o consumidor a utilizar fontes ambientalmente limpas, como por exemplo o mercado de energia verde e a produção de automóveis flex-fuel, que acarretou na expansão do consumo de etanol.

Durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, foi instituída a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) e a exploração dos potenciais hidráulicos foi concedida ao setor privado. Nos anos seguintes, entre 1998 e 2008, as distribuidoras de energia elétrica apresentaram projetos relevantes em busca da eficiência energética em suas instalações, totalizando investimentos de mais de R\$ 1,93 bilhões e que atingiram uma economia anual de 5.597 GWh/ano no consumo de energia. Em 2004, foi introduzido o Novo Modelo do Setor Elétrico, que definiu as regras de

comercialização de energia elétrica, criou a Empresa de Pesquisa Energética (EPE) para subsidiar o planejamento técnico, econômico e socioambiental dos empreendimentos de energia, e criou três órgãos (Câmara de Comercialização de Energia Elétrica, Comitê de Monitoramento do Setor Elétrico e Comitê de Gestão Integrada de Empreendimentos de Geração do Setor Elétrico) cujos principais objetivos eram a segurança no suprimento de energia, tarifas acessíveis e inserção social pelos programas de universalização, como o Luz para Todos.

Esse programa é uma parceria do Ministério de Minas e Energia com a Eletrobrás, os governos estaduais e a iniciativa privada, para levar energia elétrica às regiões rurais, comunidades indígenas e quilombolas, além de casas que ainda não tenham. A meta era atingir 10 milhões de pessoas até 2011, mas suas atividades foram estendidas e, em novembro de 2016, um total de de 3,2 milhões de famílias já haviam sido beneficiadas, aproximadamente 15,9 milhões de pessoas. Essas pessoas apresentaram, segundo o censo do IBGE, uma melhora da higiene e da oferta de alimentos; aumento das atividades escolares de 64,2% durante o dia e 50,8% durante a noite nessas regiões; melhora da renda familiar em 41,2% e da produção agrícola em 31,8%; permitiu o acesso a geladeira, celulares, computadores e à internet, utensílios que não faziam parte da realidade dessas pessoas.

Uma boa parcela, 47,7% da população, também considerou que houve melhora na saúde familiar e 40,6% dos entrevistados percebeu uma melhoria na disponibilidade de postos de saúde. Por fim, o programa trouxe uma maior sensação de segurança às comunidades, percepção de 81,8% dos participantes da pesquisa, o que gerou uma maior autonomia feminina: cerca de 245 mil mulheres começaram a trabalhar e outras 309 mil começaram a estudar ou retornaram aos estudos depois do Luz Para Todos. As casas que não foram atendidas apresentavam dificuldades relacionadas à localização: devido a características geográficas das regiões de floresta densa, com rios caudalosos e extensos (principalmente na Floresta Amazônica), baixa densidade demográfica e pequena geração de renda (o que prejudica o orçamento do município).

A implantação do programa marcou a retomada do planejamento do setor de energia pelo Estado. Em 2008, o país conseguiu transformar a biomassa na segunda maior fonte produtora de energia local e a maior parte da energia consumida era

proveniente de recursos hídricos, ou seja, renováveis e ambientalmente limpos. Os primeiros leilões de biomassa ocorreram em 2008, juntamente com a licitação de novas instalações de conexão à rede básica, para escoamento da energia produzida pelas usinas de cana de açúcar da Região Centro-Oeste. A Aneel também aprovou o modelo de contrato de permissão para as cooperativas de eletrificação rural atuarem como distribuidoras de energia - concessões com duração de 20 anos, sem direito a prorrogação - e a Eletrobrás teve seu campo de atuação ampliado, com a flexibilização de negócios no exterior e a permissão para ter participação majoritária em empreendimentos. Ao final do mesmo ano, foi leiloada a maior Linha de Transmissão do mundo: uma conexão elétrica de 2.400 km das usinas do Complexo do Rio Madeira com o Sistema Interligado Nacional. Além disso, o período foi marcado por experimentos sustentáveis, para a produção de energia com queima de lixo urbano e também a partir do uso de metano, associado a dejetos suínos.

Em 2009, o Ministério de Minas e Energia aprovou o Plano Decenal de Expansão de Energia, com implementações até 2017, considerando contribuições recebidas mediante consulta pública, para consubstanciar as políticas públicas do setor. Entre 2009 e 2012, foi iniciado um ciclo significativo de investimentos, com a construção de grandes usinas no norte do país (Belo Monte, Santo Antônio e Jirau), em 2014 a atividade eólica dobrou sua participação e, em 2018, o Brasil tinha 160GW de potência instalada em operação, o que, somado com a universalização do recurso, coloca o país no mesmo nível de outras economias de renda média. Mas com o aumento da demanda e a pressão social contra a prática de reservatórios, devido ao impacto ambiental, as usinas hidráulicas, que nos anos 90 eram responsáveis por 93% da geração de energia no país e tinha reservatórios com capacidade para iluminar o país por cinco anos; tiveram seus estoques reduzidos para apenas cinco meses.

Os atrasos nas obras de geração de energia hidrelétrica e eólica, assim como de construção de linhas de transmissão, somados à alta no consumo populacional, fizeram com que o combustível fóssil se tornasse a nova bateria brasileira. Com a redução ainda maior de água nos reservatórios e hidrelétricas devido à seca de 2013, o Comitê de Monitoramento do Setor Elétrico (CMSE) decidiu retomar a operação de três termelétricas que estavam desativadas - Araucária (PR), Cuiabá (MT) e

Termonorte II (RO) - e, por consequência, a produção de energia por meio da queima de combustíveis mais do que dobrou, indo de de 5,9 mil a 12,6 mil gigawatts/hora (GWh) em oito meses, acumulando 67,5 mil Gwh nesse período. Mesmo com a importação de eletricidade da Argentina (das usinas de Garabi, Yaciretá e da binacional de Itaipu), a participação da geração térmica cresceu de 4% para 23%. Esse cenário causa um impacto ambiental enorme: em 2016, o Observatório Clima realizou um levantamento de dados e concluiu que a queima de gás natural, petróleo e carvão mineral para geração de energia gerou 42 milhões de toneladas de gás carbônico, o que dá um total de 49t para cada GWh gerado. Outras substâncias liberadas também agravam o efeito estufa, enquanto a fumaça com partículas sólidas pode causar doenças respiratórias e aumentar a acidez da chuva. As instalações também utilizam água do mar, de rios e lençóis freáticos para resfriar as caldeiras, que depois é devolvida ao ambiente em temperaturas muito elevadas, prejudicando os ecossistemas locais.

Outro grande problema dessa seca foram os impactos econômicos gerados pelas distorções tarifárias acumuladas pelo mercado brasileiro de energia. O Brasil estava entre os cinco países com os maiores custos de energia do mundo (os custos de produção de energia térmica são bem maiores, porque a matéria prima é importada) e, em uma tentativa de impulsionar a aceleração da economia, o governo ofereceu a renovação de uma série de concessões de geração, que expirariam entre 2015 e 2017, em troca da redução do preço de mercado da eletricidade. Cinco anos mais tarde, com a falta de água, a então presidente Dilma Rousseff mudou a estratégia, repassando o custo da dívida dos operadores para os consumidores, o que aumentou as tarifas em 40% (ano do realismo tarifário). Apesar de nos anos seguintes ter ocorrido um ajuste e elas terem diminuído, ainda permaneceram bem acima das tarifas do mercado livre<sup>26</sup>, o que reduziu a competitividade das indústrias em geral e fez com que muitos consumidores migrassem para essa modalidade. Essa transição

---

<sup>26</sup> A Matéria “Mercado livre já responde por 30% da energia consumida no Brasil; entenda como funciona”, publicada no dia 14 de agosto de 2018 pelo portal G1, explica mais detalhes sobre o mercado livre de energia. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/08/14/mercado-livre-ja-responde-por-30-da-energia-consumida-no-brasil-entenda-como-funciona.ghtml>> Acesso em: 14/05/2019.

começou em 2015, ganhou força em 2016 e em 2018 já representava 30% do mercado.

No mercado livre, como o próprio nome indica, o consumidor pode escolher de quem vai comprar energia. O preço, quantidade, prazo de fornecimento e até a fonte também são negociáveis e definidos em contrato. O cliente desse mercado pode comprar diretamente das geradoras (as donas das usinas) ou de comercializadoras, que são uma espécie de revendedores. Para receber essa energia, porém, ele precisa estar conectado a uma rede e paga uma fatura separada pelo serviço da distribuidora, a chamada "tarifa fio". (...) Já o mercado regulado é o tradicional, no qual o consumidor é abastecido por uma determinada empresa que detém a concessão de distribuição de energia na região onde ele está localizado. Ele não escolhe qual companhia prestará esse serviço, nem de onde virá a energia que vai consumir, e paga uma fatura única com todos os custos. (MELO, 2018)

Segundo a regulamentação, qualquer consumidor com uma demanda mínima de 3MW pode aderir ao mercado livre e adquirir energia incentivada (energia não convencional com capacidade até 30MW, podendo ser eólica, hidrelétrica, solar ou da biomassa) ou de geradores convencionais (termoelétricos ou hidrelétricos), pagando até 35% menos. (CORNETTO, 2017)

A migração dos consumidores, somada com a queda no consumo causada pela recessão é um cenário preocupante para os distribuidores, que agora possuem um excesso de energia produzida que deveria ser vendida a preço de mercado por menos do que foi gasto para produzi-la. Nessas condições, o Estado entrou com a oferta de financiamento bancário de R\$ 22 bilhões, o que abriu a temporada de vendas e as tensões financeiras entre geração, transmissão e distribuição têm aumentado a venda de ações. Empresas pertencentes a grandes grupos transnacionais têm mostrado interesse pela compra, o que pode aumentar em torno de 16% a capacidade dos geradores até 2020, segundo a Empresa de Pesquisa Energética (EPE), com a finalização da usina de Belo Monte e com a instalação de um terceiro reator nuclear em Angra dos Reis. A instituição também acredita que a capacidade máxima de armazenamento em forma de reservatórios aumentará em 1% e que o mercado livre aumentará em 49% no mesmo período. Além disso, a preocupação com os impactos ambientais será cada vez maior. O novo marco regulatório do setor está em votação no plenário do Congresso Federal, mas tem sido alvo de adiamentos, por prever o fim de subsídios na conta de luz, para que sejam contemplados em outras frentes.

A pesquisa *Infraestrutura no Brasil: Ajustando o Foco*, do BNDES, aponta que as decisões de investimento no setor estarão muito mais ligadas à mudança no perfil

do consumo e na matriz energética do que ao aumento da demanda de energia. O documento afirma que, devido ao período de retração econômica, a tendência é de que o consumo apresente desempenho próximo ao do PIB, que o aumento da demanda seja modesto e que o aumento do preço desse recurso irá diminuir a competitividade de setores com uso muito intensivo de energia, como produção de alumínio, por exemplo. Além disso, independentemente do cenário macroeconômico, os investimentos estarão focados na diversificação da matriz energética, fruto do aumento da conscientização mundial sobre os efeitos nocivos da produção de energia.

Um dos pontos focais de pesquisas no setor será a energia nuclear, que segundo o estudo, tem alto fator de potência (acima de 90%), o que estabilizaria o fornecimento do serviço, não emite gases de efeito estufa e conta com reatores de quarta geração, que deixam consideravelmente menos resíduos radioativos e são bem mais seguros do que as primeiras versões, sendo a fonte que menos tem causado acidentes. O marco regulatório para essa matriz está em discussão, com o propósito de incentivar as parcerias público-privadas. A previsão dos especialistas do Instituto de Energia e Meio Ambiente (IEMA) para os próximos anos, porém, é de que as termelétricas mantenham sua participação na matriz energética, mesmo com o aumento da geração eólica e solar, pois alguma energia precisa ficar de “backup” quando o sol se põr ou quando não houver vento. Eles alertam ainda, em matéria <sup>27</sup>para o Estadão, que é necessário aumentar os investimentos em energia renovável urgentemente, além de explorar o potencial das térmicas movidas a biomassa, para que haja maiores fontes de energia limpa trabalhando como baterias do sistema.

O BNDES desembolsou R\$ 7 bilhões em 2017 para o desenvolvimento da matriz eólica, mais da metade dos investimentos proporcionados para o setor de energia como um todo. A quantia supera o dobro do montante aplicado no ano anterior com a mesma causa e bate recorde de investimento, atingindo a marca de 500 parques instalados e leilões a preços inferiores aos de hidrelétricas, pela primeira vez na história. O *Estudo sobre o panorama da energia elétrica no Brasil e tendências*

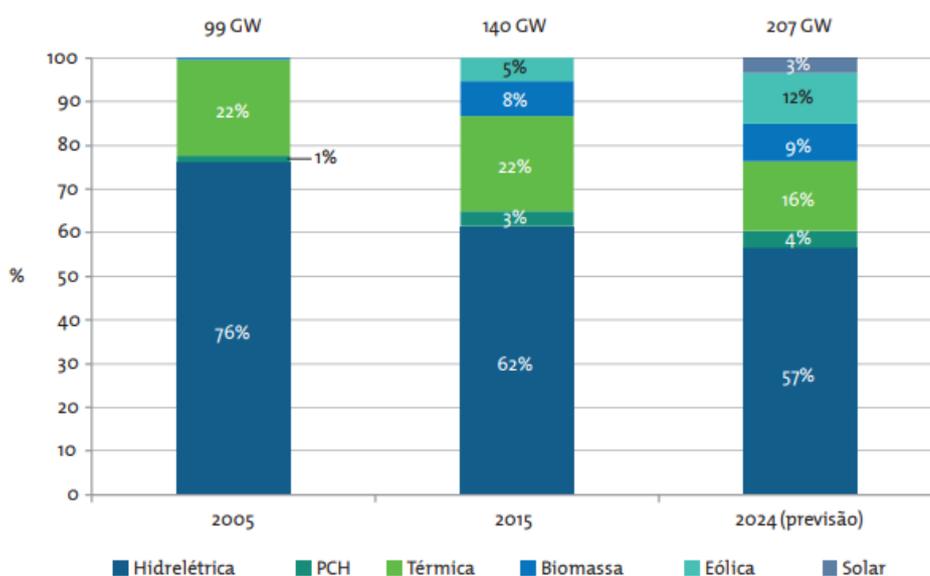
---

<sup>27</sup> Matéria “Produção de energia elétrica no Brasil polui cada vez mais”, do dia 29 de setembro de 2017. Disponível em: <<https://sustentabilidade.estadao.com.br/noticias/geral,producao-de-energia-eletrica-no-brasil-polui-cada-vez-mais,70002021234>> Acesso em: 19/09/2018.

*futuras*, da Universidade do Estado de São Paulo (Unesp) afirma, inclusive, que as hidrelétricas perderão cada vez mais espaço para outras matrizes renováveis de menos impacto, como a eólica e a biomassa, como mostra a Figura 55, e alerta que o potencial brasileiro para energias fotovoltaicas e heliotérmicas é imenso. “No Estado de São Paulo, se for aproveitado o potencial fotovoltaico na região de maior incidência solar, seria possível abastecer 4,6 milhões de residências por ano, o que corresponde a aproximadamente 30% do consumo residencial” (MORAIS, 2015, p. 123). Outros direcionamentos para os recursos serão ações voltadas para o aumento da eficiência energética em três frentes: decisão de consumo inteligente, de forma que a população ajuste o uso de energia aos momentos em que ela esteja mais barata; identificação dos pontos de furto de energia na rede; e redução dos custos de supervisão e manutenção, por meio de sensoriamento remoto.

Figura 55 - Perspectivas para a matriz elétrica brasileira em 2024

Gráfico 4. Perspectivas para a matriz elétrica brasileira



Fonte: Elaboração própria, com base em Brasil (2015).

Fonte: *Estudo sobre o panorama da energia elétrica no Brasil e tendências futuras*/(MORAIS, 2015)

Não se sabe ao certo, contudo, se essa previsão irá se concretizar, devido a uma recente dissociação entre crescimento econômico e uso eficiente de energia, identificada pela Agência Internacional de Energia (IEA) em seu Relatório de 150

Progresso Energético 2018. Segundo o documento, entre 2010 e 2015, o Produto Interno Bruto (PIB) mundial cresceu quase duas vezes mais rápido que o fornecimento de energia primária e o crescimento econômico excedeu o avanço no uso de energia em quase todas as regiões do mundo, menos na Ásia Ocidental. O Luz Para Todos, mesmo após 10 anos do seu prazo inicial, ainda tem um déficit de quase 260 mil residências, o que totaliza quase 1 milhão de brasileiros vivendo sem eletricidade. E apesar de Temer ter assinado um decreto para prorrogar o Luz Para Todos até 2022, muitos outros países também compartilham a realidade brasileira, resultando em 1,3 bilhões de pessoas vivendo no escuro ao redor do mundo.

A Empresa de Pesquisa Energética (EPE) realizou o estudo *Demanda de Energia 2050*, no qual aponta que o consumo de energia nacional irá triplicar até a data estipulada, sendo equivalente ao que é gasto na União Europeia atualmente. Além disso, a valorização do dólar frente à moeda brasileira tende a elevar ainda mais as tarifas de energia do país, principalmente no Centro-Oeste, no Sudeste e no Sul, porque a energia da hidrelétrica de Itaipu é dolarizada. Segundo simulação realizada pela Agência CanalEnergia, um aumento de R\$ 0,50 na taxa de câmbios pode provocar um aumento de 2,39% nas tarifas dos consumidores. A conclusão final do estudo da EPE foi de que, no mundo, o consumo de todos os tipos de energia, incluindo eletricidade, gasolina, etanol, etc, irá dobrar até 2050. Diante desse cenário, a ONU, por meio do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), criou o programa Action4Energy, em 2015, com o objetivo de incentivar a busca por soluções simples e viáveis para levar energia a essas famílias. Dois anos depois, a meta não era apenas levar energia, mas sim energia sustentável e limpa para todas as pessoas do planeta até 2030, o que fez com que o nome do programa mudasse para Sustainable Energy For All (SE4ALL).

A Engie, maior produtora de energia independente do mundo e maior empresa privada em capacidade de geração do Brasil, vendeu seus ativos mais poluentes em 2016 e passou a focar em energias renováveis e pesquisa de novas tecnologias. A presidente Isabelle Kocher afirmou em entrevista<sup>28</sup> para a Folha de São Paulo que as

---

<sup>28</sup> Matéria “Brasil é aposta número um do mercado mundial de energia elétrica, diz presidente da Engie”, do dia 5 de maio de 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/05/brasil-e-aposta-numero-um-do-mercado-mundial-de-energia-eletrica-diz-presidente-da-engie.shtml>> Acesso em: 27/09/2018.

novas tecnologias do campo da energia, voltadas para descarbonização, descentralização e digitalização, podem realmente mudar a vida das pessoas em qualquer lugar do mundo de forma barata e mais rápida. Ela aponta para a possibilidade de equipar residências com sistemas solares eficientes e ter o investimento pago em 5 ou 6 anos e conta que “nossa meta é nos tornamos provedores de soluções, se conseguimos financiar barragens e grandes infraestruturas, por que não financiar soluções locais”. A tendência global, pelo que foi reunido de informação, é seguir os passos da Engie e buscar cada vez mais a substituição de ativos poluentes. A presidente prevê ainda uma tendência à individualização da oferta de energia, devido à flexibilidade dos novos produtos, que podem ser aplicados tanto em larga escala quanto localmente, “e as pessoas querem tirar valor de seu potencial. Se elas têm um telhado, vão querer tirar valor dele”, conclui.

O plano do atual governo inclui o continuamento das privatizações no setor de energia, com o objetivo de extinguir as estatais por completo, mantendo a mesma linha do presidente Michel Temer. Inclusive, em discurso<sup>29</sup> no início do ano, Bolsonaro chegou a creditar o último leilão de energia realizado por Temer ao seu próprio mandato. Foram 16 lotes de concessão leiloados e os contratos tem duração de 30 anos, com a previsão de um investimento total de R\$13,2 bilhões para a construção de novas linhas de transmissão de energia em 13 estados da federação. O Ministro Bento albuquerque também disse que o setor irá receber R\$1,8 trilhão em investimentos nos próximos 10 anos e que a previsão até o final do mandato é de R\$80 bilhões. Porém, afirmou ainda que R\$1,4 trilhão será direcionado para o segmento de óleo e gás, as energias ditas “sujeitas”, o que vai de encontro com todas as propostas mundiais de sustentabilidade e busca por fontes limpas e renováveis. O corte orçamentário de abril de 2019 para o Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, registrado pelo jornal O Globo<sup>30</sup>, resultou no fim da verba

---

<sup>29</sup> Matéria “Bolsonaro credita ao seu governo sucesso em leilão de energia realizado por Temer”, do dia 25 de março de 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/bolsonaro-credita-ao-seu-governo-sucesso-em-leilao-de-energia-realizado-por-temer-23549326>> Acesso em: 14/05/2019.

<sup>30</sup> Matéria “Dinheiro de pesquisas científicas brasileiras acaba em julho”, publicada em 2 de abril de 2019. Disponível em: <[https://oglobo.globo.com/sociedade/dinheiro-de-pesquisas-cientificas-brasileiras-acaba-em-julho-23569008?versao=amp&\\_\\_twitter\\_impression=true](https://oglobo.globo.com/sociedade/dinheiro-de-pesquisas-cientificas-brasileiras-acaba-em-julho-23569008?versao=amp&__twitter_impression=true)> Acesso em: 14/05/2019.

dedicada à produção científica brasileira, o que dificultará o processo de pesquisa do país em todos os setores da economia, inclusive o de energia, na busca por um setor sustentável. O atual presidente também colocou em seu plano de governo<sup>31</sup> que pretendia acabar com o subsídio de eletricidade para as famílias mais pobres, mas que não pretendia deixar a situação sem uma solução. Até então, nada foi dito a respeito de uma alternativa e, com a privatização do setor, a tendência é o encarecimento das contas de luz.

### **4.2.3 Urbanização**

A urbanização é entendida como o processo de crescimento das cidades e é o que garante o conforto, tanto dos turistas quanto dos moradores, através do bom funcionamento e acessibilidade dos transportes públicos, da presença de postos de saúde em lugares estratégicos, da variedade de comércios e serviços disponíveis, da disponibilidade e qualidade das hospedagens e de uma boa estrutura de informação sobre o funcionamento da região e acesso às atrações. Contudo, apesar de estar presente na subdivisão de infraestrutura, a garantia de urbanização e estímulo ao comércio não é responsabilidade do governo federal, mas sim dos estados e prefeituras. Logo, se torna mais difícil encontrar panoramas nacionais de desenvolvimento dessas atividades e até mesmo um histórico evolutivo dos últimos anos.

No Brasil, o movimento social do meio rural para o urbano só teve início nas décadas finais do século XIX e começo do século XX, quando iniciou-se o processo de industrialização da região sudeste. Mas só após a Segunda Guerra Mundial é que esse processo tomou velocidade. Até 1920, a população urbana se mantinha abaixo dos 10% e nessa década ela foi para 16%. Em 1940 ela estava um pouco acima de 30% e a partir de então, aumentou rapidamente para 45% em 1960, 67% em 1980, 75% em 1990 e 84,2% em 2000, segundo dados do portal do IBGE. É importante ressaltar que essa urbanização foi acelerada até mesmo em locais onde não ocorreu um intenso movimento de industrialização, como a região Nordeste. A partir dos anos

---

<sup>31</sup> Matéria “‘Guru’ de Bolsonaro para o setor de energia defende reforma no preço da gasolina”, publicada em 19 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/guru-de-bolsonaro-para-o-setor-de-energia-defende-reforma-no-preco-da-gasolina-04d14fh1sedr3nj6j43p6j7uu/>> Acesso em: 14/05/2019.

1990, contudo, começou uma nova tendência, de reversão do crescimento das grandes metrópoles em favor das cidades de tamanho médio, em que os custos eram menores, tinham mais ofertas de emprego e as condições de vida em geral eram mais favoráveis.

O estudo *Urbanização brasileira, planejamento urbano e planejamento da paisagem*, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), define que a qualidade de vida coletiva é definida como a resultante de condições ambientais e estruturais, medidas por uma série de indicadores:

Alguns indicadores utilizados para avaliar a qualidade de vida segundo Forattini (1992, p. 356) são: Ambientais: qualidade da água, do ar e do solo, contaminação doméstica e acidental; Habitacionais: densidade, disponibilidade espacial e condições de habitabilidade; Urbanos: concentração populacional, comunicação e transporte, educação, segurança e comportamento, poluição sonora e visual, local e paisagística; Sanitários: morbidade e mortalidade, assistência médica e hospitalar, estado nutricional; Sociais: condições socioeconômicas e de classes, consumo, necessidades e desigualdades, família e sexualidade, condições de trabalho, profissão, recreação, lazer e turismo, sistema político-administrativo. (JUNIOR, 2016, pág. 11)

Ainda segundo a pesquisa, as metrópoles brasileiras, que comportam 46% da população do país, seguem um modelo de expansão a partir do centro, em que as periferias, nas quais se encontram a maior parte dos residentes, são construídas de forma irregular e ambientalmente frágeis, sem acesso às infraestruturas e equipamentos planejados disponíveis nas regiões centrais. Há também um esvaziamento institucional, político e financeiro dos órgãos metropolitanos, que receberam uma falsa autonomia de gestão em relação ao poder central, mas estão completamente imersos nos conflitos de interesse do Governo Federal, dos estados e até mesmo dos agentes de influência locais. Essa fragilidade contribui para o agravamento das desigualdades sociais da periferia, que cada vez mais tem seus recursos reduzidos em prol da manutenção e inovação dos centros. (JÚNIOR, 2016)

O território nacional também possui essa marginalização de entornos em uma escala macro, em relação aos grandes polos econômicos da região sudeste. Em 2008, a Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos (SPI) realizou um estudo da dimensão territorial para uma melhor eficiência do setor de planejamento e

identificou seis grandes áreas com características homogêneas no país, apresentadas na Figura 56 e, para cada uma delas, foram traçados cinco vetores estratégicos de desenvolvimento, de forma a possibilitar uma convergência de níveis de renda per capita e qualidade de vida, detalhados na tabela da Figura 57. A partir das conclusões desse estudo, fica claro que, enquanto o sudeste se desenvolve em ritmo acelerado e tem disponíveis as melhores tecnologias, as melhores instituições de ensino, as moradias mais modernas e os maiores núcleos empresariais; a região Norte, mais afastada, ainda sofre com a falta de energia elétrica e água encanada, situação que pode ser comparada com a das periferias metropolitanas em relação aos seus centros.

Em busca de uma maior integração interna entre as várias regiões do mapa, com redução de desigualdades e maior inserção internacional, a SPI propõe o desenvolvimento de um país policêntrico que desafogue a região sudeste de toda a responsabilidade econômica e industrial. E para isso, propõe o fortalecimento de novos macropolos em Palmas/TO, Cuiabá/MT, Campo Grande/MS, Uberlândia/MG, Porto Velho/RO, Belém/PA e São Luiz/MA, com o intuito de incentivar o espaço econômico do Centro-Oeste brasileiro e frear a concentração urbana do sul do país. A escolha se associou basicamente às capitais dos estados, por já possuírem uma estrutura minimamente consolidada, o que facilita o processo de polarização. Nessa região, o foco sugerido é na melhoria dos meios de locomoção, nos avanços científicos e tecnológicos e na ampliação da oferta de energia.

Figura 56 - Divisão do território brasileiro em áreas estratégicas para planejamento



Figura 57 - Detalhamento dos vetores de desenvolvimento de cada região estratégica

**QUADRO 1**  
**Vetores de desenvolvimento**

Território 1	<p>Revolução técnico-científica associada à biodiversidade, para valorizar decisivamente os produtos da floresta e de suas águas</p> <p>Empreendedorismo regional, que abre espaço para novas fronteiras da inovação social e gerar atividades que valorizem a cultura regional</p> <p>Implantação de uma logística integrada e adequada às especificidades da área</p> <p>Transformação das débeis redes de cidades em um sistema urbano, capaz de melhorar a provisão de serviços básicos à população</p> <p>Fortalecimento da presença do Estado e dos instrumentos de ordenamento territorial</p>
Território 2A	<p>Oferta de uma malha logística adequada em transporte e energia.</p> <p>Consolidação da ocupação agroindustrial contemporânea, diversificando e ampliando suas bases de sustentação tecnológica e financeira</p> <p>Desenvolvimento de iniciativa que aponte caminhos para superar os problemas fundiários e ambientais</p> <p>Fortalecimento dos elos que se estruturam no arco Brasília – Anápolis – Goiânia, o que ajudará a região a se tornar um polo de atração de empreendimentos de base científica e tecnológica e serviços de alta complexidade</p> <p>Integração sulamericana baseada em complementaridade de recursos e projetos conjuntos, capazes de embasar uma agenda de desenvolvimento</p>
Território 2B1	<p>Ampliação intensiva da logística disponível com a estruturação de uma economia minero-agroindustrial ativa na área florestal desmatada localizada na confluência dos estados do Pará, Maranhão e Tocantins</p> <p>Aproveitamento de grandes extensões de terras degradadas e/ou abandonadas pela antiga frente de expansão</p> <p>Modificação da estrutura da ocupação produtiva dos cerrados e ofertas de alternativas tecnologicamente densas de exploração agrosilvopastoril</p> <p>Desenvolvimento da conectividade interna da região a partir das cidades que cresceram com a nova dinâmica, como Barreiras e Balsas, ou mesmo Palmas</p> <p>Montagem de uma competência técnico-científica dedicada, voltada às questões das atuais formas produtivas</p>
Território 2B2	<p>Promoção de amplo acesso à água e seu uso sustentável</p> <p>Apoio e impulso a atividades regionais adequadas ao ambiente e à cultura regionais</p> <p>Renovação e ampliação da logística para ampliar a acessibilidade, a integração e a revitalização dos núcleos urbanos</p> <p>Adensamento da base científico-tecnológica na área, com reforço ao ensino técnico profissionalizante</p> <p>Esforço decisivo em educação, saúde, saneamento, habitação e resgate social por mecanismos de transferência de renda que o território demanda</p>
Território 3A	<p>Fortalecimento das competências em CT&amp;I do território, mobilizando-as para que contribuam diretamente na formação mais intensa de competências em outras partes do país</p> <p>Consolidação das articulações das cidades mundiais do país com as redes estabelecidas e polos do Cone Sul, ampliando as condições de inserção global autônoma</p> <p>Desenvolvimento das possibilidades de articulação da estrutura socioprodutiva com países vizinhos</p> <p>Mudança das condições de vida nos grandes centros urbanos, com maior integração social, acesso a serviços públicos e redução da violência</p> <p>Exploração sustentável dos recursos do mar e dos ambientes costeiros, incluindo pesca, transporte, lazer, exploração mineral e aspectos ligados à defesa</p>
Território 3B	<p>Promoção de setores competitivos com alto poder de geração de emprego e renda</p> <p>Diversificação econômico-produtiva de zonas dedicadas secularmente às monoculturas</p> <p>Distribuição ampla de ativos estratégicos pela população e pelas subregiões</p> <p>Fortalecimento e intensificação das relações que o território mantém com o mar e os ambientes costeiros</p> <p>Adensamento tecnológico e comercial de suas novas e velhas cadeias produtivas</p>

Fonte: *Urbanização brasileira, planejamento urbano e planejamento da paisagem/ Unesp*

No Nordeste, foi identificado que o maior problema é a desigualdade social em relação ao resto do território, então o foco é a ampliação dos serviços básicos e do acesso à água, assim como investimento em educação, cursos profissionalizantes e cursos técnicos, tudo através de mecanismos de transferência de renda, para melhorar as condições de competitividade e aumentar as oportunidades individuais de trabalho, principalmente explorando os setores mais competitivos da região, relacionados à grande extensão costeira com altas temperaturas ao longo de todo o ano, como o turismo, atividades econômicas marítimas e o cultivo de alimentos tropicais em policultura e agrofloresta sustentável.

Enquanto isso, o trabalho propõe uma estruturação básica da região norte, que ao mesmo tempo proporcione os serviços sociais necessários para uma vida confortável e respeite a cultura local, sendo direcionada à preservação natural da floresta amazônica. E para as áreas que já foram desmatadas, é indicado o uso para testes de novas formas de agronegócio, que explorem novas maneiras de ocupação produtiva, a partir do uso de novas tecnologias, menos invasivas. Por fim, o foco direcionado para o sul e o sudeste do Brasil é a integração social, com uma melhor distribuição de serviços para as comunidades que habitam o entorno dos grandes centros, assim como o desenvolvimento tecnológico direcionado tanto para o amparo das outras regiões quanto para o estreitamento de laços internacionais e ampliação as condições de inserção global autônoma.

O projeto da SPI indica os principais problemas e necessidades de cada grande região do território de forma abrangente e envolvendo todos os setores da economia, mas para compreender a situação da infraestrutura urbana do país, é preciso aprofundar um pouco mais na questão das moradias, do transporte público, da saúde, da educação, da segurança, do comércio, do emprego, da poluição e também da própria estrutura específica do turista, direcionada para o uso dos visitantes; pois todos esses fatores atuam diretamente na vida das pessoas que vivem e transitam no país, em cada uma das localidades, turísticas ou não, e impactam no conforto, na facilidade de deslocamento e na rotina diária. O Programa das Nações Unidas para Assentamentos Humanos (ONU-Habitat) identifica a questão da habitação é um fator central dessa conjuntura, visto que ela é a necessidade mais básica de uma família e

impacta diretamente no acesso aos demais serviços, principalmente quando construída de maneira irregular.

O problema de moradia no Brasil começou a surgir com a consolidação da economia cafeeira, quando o país começou a receber imigrantes em massa para trabalhar nas plantações. Nessa época, final do século XIX, as habitações eram solucionadas por um setor chamado rentista, de iniciativa privada, que construía grandes lotes, extremamente densos e de interior simplificado, os chamados cortiços, que eram alugados a preços bem baixos, às custas de condições insalubres de vida, e geravam lucro pela grande quantidade de locadores. Em 1940, com a era vargas, surgem as primeiras iniciativas públicas de construção de moradia, com os Institutos de Aposentadoria e Pensão (IAPs), órgãos vinculados às categorias profissionais e, por isso, só conseguiam atender trabalhadores formais. Como forma de tentar garantir o acesso à moradia para as classes populares, de baixa renda e trabalhos informais, Vargas congelou o preço dos aluguéis então vigentes. (LIMA e ZANIRATO, 2014, pág. 2)

Porém, esse congelamento fez com que os proprietários, incapacitados de ajustar os valores às variações de juros e impostos, optassem por despejar seus inquilinos e vender os espaços. A grande maioria da população mais pobre do país passou a ter muitas dificuldades para encontrar moradias com valores compatíveis com a sua situação econômica e viu, como única solução, a invasão irregular de loteamentos periféricos sem qualquer tipo de infraestrutura urbana, momento que marcou o surgimento de favelas. Com as várias crises econômicas, esses loteamentos cresceram em grandes proporções: só em São Paulo, entre 1973 e 1987, houve um aumento de mais de 1000%, atingindo quase 1 milhão de favelados dispostos em mais de 1600 núcleos. (LIMA e ZANIRATO, 2014, pág. 4)

Durante o período militar, foi criado o Banco Nacional de Habitação, que realizava financiamentos a juros baixos para a compra de habitações simplificadas, substituindo a política anterior de IAPs; mas além de continuar não atingindo a parcela da população que recebia menos de três salários mínimos, o órgão foi extinto antes mesmo da redemocratização, em 1986. A responsabilidade pública relacionada à habitação passou a se dividir em duas frentes: os planos de financiamento da Caixa

Econômica Federal e as políticas públicas do recém criado Ministério do Desenvolvimento Urbano. E nos 10 anos seguintes, a responsabilidade sobre as políticas públicas mudou cinco vezes de ministério, depois passou para a Secretaria Nacional de Habitação, subordinada ao Ministério do Planejamento, que foi extinta durante o governo FHC e substituída pela Secretaria Especial de Desenvolvimento Urbano, vinculada à presidência da República, onde finalmente perdurou até 2003. Todas essas mudanças impossibilitaram o sucesso de qualquer projeto para solucionar os problemas das favelas e outros formatos de agrupamentos irregulares. Os que foram criados nesse período seguiam o mesmo formato de financiamento do BNH e não atingiam as classes mais baixas da população.(LIMA e ZANIRATO, 2014, pág. 6)

Em 2000, havia um déficit habitacional de 14,9%, 7 milhões e 223 mil moradias, ou seja, mais de 27 milhões de brasileiros que estavam morando em situação precária ou não tinham teto.(SARAIVA, 2018) Três anos depois, com a criação do Ministério das Cidades no primeiro mandato de Lula, foi desenvolvido o Plano Nacional de Habitação (PlanHab), que tinha como objetivo de extinguir o déficit habitacional até 2023 e, a partir daí, os investimentos públicos começaram a subir. Um ano depois é criado o Programa Crédito Solidário, um financiamento com recursos do Fundo de Desenvolvimento Social para famílias que recebiam até dois salários mínimos; em 2007 foi lançado o PAC Urbanização de Favelas; em 2008 foi aprovada a Lei nº 11.888/2008, que assegura o direito das famílias de baixa renda à assistência técnica pública e gratuita para o projeto e construção de habitações; em 2009 foi lançado o programa Minha Casa Minha Vida, também de financiamento para famílias de baixa renda, com a meta de construção de 1 milhão de moradias. Em geral, os investimentos saíram da ordem de R\$7 bilhões, em 2002, para R\$62 bilhões em 2009, sendo que a faixa de renda entre zero e 3 salários mínimos, na qual se acumula o déficit habitacional, chegou a capitanear 77% dos investimentos em 2007 e depois se estabilizou em 64%, em 2008 e 2009. (IPEA, 2010)

Com os programas, o déficit total havia caído para 5 milhões e 315 mil unidades, mas se manteve estável em 9% durante todos os anos de governo Dilma, mesmo com a manutenção de todos os programas sociais de habitação, devido à crise econômica mundial de 2008. O saldo, entretanto, se manteve positivo, pois a

estabilidade significa que, mesmo com a população crescendo 3,8% ao ano, o MCMV acrescentou um número de unidades habitacionais equivalente ao total de famílias precarizadas com a crise, servindo como um colchão de amortecimento da degradação social. (SARAIVA, 2018) A Controladoria Geral da União (CGU), contudo, fiscalizou 1,4 mil unidades habitacionais do MCMV em 2017 e 56,4% da amostra visitada continha falhas construtivas, como infiltrações, falta de prumo (verticalidade de paredes e colunas) e de esquadros (ângulo reto dos planos médios), trincas e vazamentos. Já em relação à área externa, 20% dos moradores informaram situações de alagamento, iluminação deficiente e falta de pavimentação. Também foram verificadas falhas formais, especialmente em relação à falta de licença ambiental para alguns dos loteamentos.

A partir desses dados, é fácil concluir que o programa não foi muito efetivo, mas apesar de todos os problemas apontados, 80,3% das famílias abordadas se consideravam satisfeitas ou muito satisfeitas com as casas que receberam, o que só mostra que elas saíram de uma situação de extrema miséria para condições minimamente humanas de moradia. Ou seja, o MCMV não foi tão efetivo quanto o que foi divulgado nas campanhas eleitorais do Partido dos Trabalhadores (PT), mas ajudou consideravelmente muitas famílias em situação de extrema pobreza. Além disso, após a fiscalização da CGU, a Caixa e as construtoras responsáveis ofereceram assistência aos reparos e às deteriorações dentro do prazo de garantia, que pode ser de até 5 anos, conforme o Código Civil.

A situação do déficit de moradia piora em 2015: com a crise política, seguida de impeachment, um ano depois, o corte em gastos públicos essenciais enfraqueceu a demanda por bens e serviços que constitui o incentivo necessário para o investimento empresarial. A reforma trabalhista de 2017, que passou a permitir jornadas de 12 horas e a contratação de funcionários autônomos, fez com que muitas empresas optassem por demissões em massa, fazendo com que a taxa de desemprego subisse de 4,3% em 2014 para 13,1% em 2018; e gerou uma precarização do trabalho, pois pessoas que antes tinham carteira assinada, passaram a aceitar empregos sem direitos trabalhistas garantidos, pois eram os disponíveis no mercado. O presidente Temer também reduziu a verba disponível para o MCMV nas faixas de renda que vão até três salários mínimos, as mais sujeitas aos efeitos da

crise, enquanto famílias que recebem mais de R\$4 mil e não possuem grandes dificuldades para conseguir moradia, continuaram sendo atendidas normalmente, transformando o programa em um mero incentivo ao setor da construção civil.

E como resultado dessas mudanças, em 2018 existiam 6 milhões de imóveis vazios espalhados pelo país. Enquanto isso, o déficit habitacional aumentou em mais de 220 mil imóveis entre 2015 e 2017, segundo levantamento da Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc) em parceria com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), chegando a um recorde histórico de 7,78 milhões de unidades, valor 7% maior do que em 2007, um ano antes dos programas de moradia social. Ou seja, apesar da disponibilidade de casas inabitadas, a falta de emprego somada à dificuldade de realizar financiamentos fez com que as famílias recorressem a invasões e moradias irregulares. A pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad), do IBGE, aponta que o número de invasões subiu 1,4% entre 2016 e 2017, atingindo 145 mil domicílios, enquanto a população favelada chegou a 11,4 milhões, o equivalente a 6% dos brasileiros. O relatório do Programa das Nações Unidas para Assentamentos Humanos de 2016 aponta que, ao todo, 33 milhões de brasileiros não têm onde morar.

O Governo Bolsonaro declarou<sup>32</sup>, em fevereiro de 2019, que projetos de saúde e habitação seriam prioridade do mandato. Em maio, foram entregues 472 apartamentos do Minha Casa Minha Vida e o Ministro de Desenvolvimento Regional, Gustavo Canuto, afirmou<sup>33</sup> que a meta é entregar 87.636 unidades até o final do ano, um investimento de R\$11,6 bilhões. Contudo, a equipe de assessoria econômica do presidente apontou<sup>34</sup> que serão necessárias algumas modificações no projeto, porque os recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), que financiam as obras, estão quase acabando. O novo projeto irá se chamar Casa Brasileira e pretende construir, além das moradias, creches e sistemas de segurança, sob a

---

<sup>32</sup> Matéria “Projetos de saúde e habitação são prioridades, destaca Bolsonaro”, do dia 11 de fevereiro de 2019. Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-oplanalto/noticias/2019/02/projetos-de-saude-e-habitacao-sao-prioridades-destaca-bolsonaro>> Acesso em: 04/06/2019.

<sup>33</sup> Matéria “Bolsonaro entrega 472 apartamentos do Minha Casa, Minha Vida”, do dia 24 de maio de 2019. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-05/bolsonaro-entrega-472-apartamentos-do-minha-casa-minha-vida>> Acesso em: 04/06/2019.

<sup>34</sup> Matéria “Sob governo de Bolsonaro, programa Minha Casa Minha Vida vai virar Casa Brasileira”, do dia 19 de outubro de 2018. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/politica/noticia/7711861/sob-governo-do-psl-minha-casa-vira-casa-brasileira>> Acesso em: 04/06/2019.

responsabilidade dos governos locais. Foi comentada também uma possível redução de taxas para o financiamento. Contudo, apesar da oferta de moradia estar garantida no novo governo, sem a oferta de empregos ela não é muito útil, pois sem salário as pessoas não tem como pagar as parcelas de financiamento.

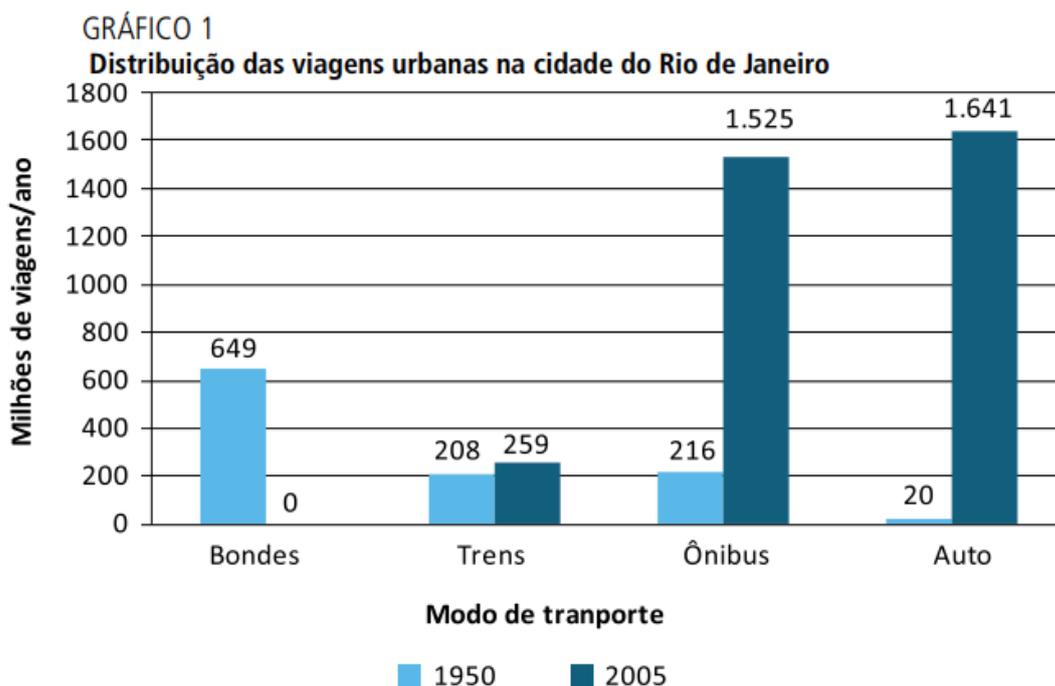
Essa desorganização histórica do movimento de urbanização do país também prejudicou os demais setores de serviços básicos, como o transporte e a mobilidade urbana. Enquanto a população brasileira dobrou entre 1950 e 2018, a parte urbana do país cresceu em 10 vezes no mesmo período, saindo de 18 milhões para 180 milhões de habitantes. A maioria das cidades se desenvolveu sem nenhum tipo de planejamento, até mesmo nos próprios centros, sendo as construções em terrenos irregulares mais um agravante do que agente causador da desordem. Assim, os deslocamentos ficaram extremamente prejudicados, sujeitos a sistemas de baixa mobilidade, alto custo e deterioração ambiental.

Além disso, desde o governo JK, a gestão nacional tem priorizado a indústria automobilística, o que aumentou drasticamente o número de veículos motorizados nas ruas. A Figura 58 apresenta uma comparação da quantidade de veículos na metade do século passado com a de 2005, e com ela é possível perceber que houve um aumento expressivo de carros e ônibus, enquanto bondes praticamente desapareceram e os trens se mantiveram praticamente estáveis. O Governo Federal tem apoiado a compra de automóveis individuais, a partir de iniciativas de isenção de impostos e facilidades para financiamento. Em 2008, foram vendidos 2,2 milhões de carros e 1,9 milhões de motocicletas no Brasil e a previsão é de que esse número dobre até 2025.

Os principais problemas do uso intensivo de transportes individuais são os problemas ambientais, de degradação para a construção de estradas e emissão de poluentes fósseis; e os congestionamentos urbanos, que aumentam o número de acidentes e o tempo gasto com deslocamento na vida dos cidadãos. De acordo com os relatórios do Ministério da Saúde, em 2016, 37.345 pessoas morreram em acidentes de trânsito, enquanto outras 600 mil ficaram com sequelas permanentes, dados que colocam o Brasil no quinto lugar do ranking de países com mais acidentes de trânsito. Enquanto isso, A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (Pnad)

registrou que, em 2008, 19% da população gastava mais de uma hora no deslocamento entre a casa e o trabalho. Em 2015, esse número havia subido para 31%, de acordo com a Confederação Nacional da Indústria, sendo que, em cidades com mais de 100 mil habitantes, a porcentagem era de 39%. O órgão apontou ainda que os brasileiros que se locomovem de ônibus são os que mais passam tempo no trânsito: 22% levam mais de 2 horas e 28% levam entre 1 e 2 horas.

Figura 58 - Comparativo de transportes 1950-2005



Fontes: Associação Nacional de Transportes Públicos (ANTP) e Empresa Brasileira de Planejamento de Transportes (GEIPOT).

Fonte: *Infraestrutura social e urbana no Brasil: subsídios para uma agenda de pesquisa e formulação de políticas públicas/ IPEA*

Segundo o IPEA, em 2010, 65% dos brasileiros utilizava transporte público e outros 23% se locomovia de carro. Cinco anos depois, apenas 25% da população tinha o transporte público como principal meio de locomoção, enquanto 19% se locomovia unicamente de carro, de acordo com a Confederação Nacional da Indústria (CNI). A empresa de pesquisas de mercado Ideia Big Data realizou um estudo com os usuários de ônibus das capitais estaduais em 2016, e 57% dos entrevistados

consideraram a atuação das empresas permissionárias de ônibus negativa ou muito negativa, sendo os principais motivos a demora, a insegurança e a falta de conforto. A pesquisa revelou, ainda, que 51% das pessoas pretendiam comprar um carro nos três anos seguintes, e que metade das que disseram não ter essa intenção, o fizeram por falta de orçamento. Aplicativos como Uber e 99 POP também têm ganhado espaço entre a população que dependia de transporte público, 49% das pessoas que usam esses sistemas disseram que antes usavam ônibus, metrô ou trem para ir ao trabalho ou estudar, e que preferem pagar um pouco mais caro em uma viagem compartilhada do que utilizar os serviços públicos.

Se as intenções de compra apontadas na pesquisa foram realizadas de fato (ainda não há pesquisas atualizadas), a quantidade de carros nas ruas em 2019 está quase 20% maior do que em 2015. O Coordenador Interdisciplinar de Estudos em Transportes (Ceftru) da Universidade de Brasília, Willy Gonzales Taco, aponta em entrevista para O Globo<sup>35</sup>, que as propagandas frequentes de montadoras em todos os lugares, desde o comercial no horário nobre da novela até os cartazes em frente aos pontos de ônibus, criam no subconsciente das pessoas a ideia de que é muito mais vantajoso ter um carro. Mas essa progressão é insustentável para o Estado, pois não há orçamento suficiente para a manutenção das vias existentes e muito menos para construir novas, situação que acarretará em aumento do número de acidentes e de engarrafamentos, prejudicando os próprios motoristas e mais ainda os usuários de ônibus, que vão gastar mais tempo com seus deslocamentos e estarão sujeitos a mais desconforto e insegurança.

As péssimas condições de transporte público, somadas ao aumento do preço do combustível, que tem sido constante desde o início da crise financeira de 2008, têm gerado um ciclo vicioso de degradação que pode acabar paralisando o setor: o aumento da gasolina causa um aumento nas passagens, o que desestimula o cidadão a utilizar o serviço; com o número de usuários em declínio, é preciso reajustar a tarifa para fechar a conta; mas se a tarifa aumenta, menos gente consegue pagar, o que gera a necessidade de um novo ajuste. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2018) Como

---

<sup>35</sup> Matéria “Má qualidade do transporte público aumenta a preferência da população por carro”, do dia 16 de janeiro de 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/ma-qualidade-do-transporte-p-ublico-aumenta-preferencia-da-populacao-por-carro-22290803>> Acesso em: 04/06/2019.

resultado, as tarifas aumentaram cerca de 60% acima da inflação medida pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (Inpc) desde 1995, segundo pesquisa do IPEA. Além disso, o subsídio cruzado para idosos e estudantes, que são uma tentativa de compensar desigualdades, apenas amplificam o problema, pois os usuários de baixa renda acabam pagando a passagem de um estudante de classe alta, por exemplo. De acordo com a Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU), só a gratuidade dos idosos gera um custo anual de R\$ 4 bilhões, tendo um impacto de 20,8% sobre o preço das passagens.

Em 2009, o IPEA calculou que as famílias brasileiras gastavam, em média, 3% da renda com transporte público, e que o percentual subia para 13,5% entre os 10% mais pobres da população. Além disso, desses mais pobres, 30% não utilizava o serviço por não ter condições de pagar. Dois anos depois, as famílias estavam gastando o dobro da porcentagem, 6%, com as passagens, segundo o levantamento da empresa Regus de análise de mercado, tornando o Brasil o primeiro lugar da lista de países em que os profissionais mais gastam com deslocamentos entre a casa e o trabalho. Ou seja, a população que realmente precisa do serviço de mobilidade, não tem mais condições de pagar por ele.

A pesquisa de mobilidade urbana da CNI, já citada anteriormente, revela também que entre a população com rendimento entre um e dois salários mínimos, 27% se locomove apenas a pé, enquanto no recorte de até um salário mínimo, 39% segue a pé para os seus destinos. Outro levantamento, da Sodexo Benefícios, realizado em 2017, mostra que 69% das pessoas mudaram seus hábitos de locomoção após a crise político-econômica do ano anterior, sendo que andar a pé foi a principal alternativa considerada para cortar gastos. 73,5% dos entrevistados sentiram um aumento no gasto com transportes (tanto da gasolina quanto das passagens) e, caso a crise continue impactando no orçamento dos brasileiros, 48,4% dos respondentes afirmam que andar mais a pé vai ser a melhor alternativa.

Em resumo, enquanto a população mais rica tende cada vez mais a comprar veículos individuais, incomodados com as péssimas condições do serviço público de mobilidade, a parcela mais pobre é obrigada a se deslocar a pé, por não ter condições de pagar a passagem, situação que acarretará, mais cedo ou mais tarde, em uma

crise geral do setor, tanto pelo desuso quanto pelo grande volume de carros nas vias. A atuação do governo na busca de solucionar esse problema tem sido constante, mas insuficiente, principalmente por ser muito recente: só com a criação do Ministério das Cidades é que a mobilidade foi considerada função social e econômica essencial para o desenvolvimento urbano. Durante os anos de PAC, 2003 a 2018, foram investidos R\$120 bilhões em mobilidade, para obras de grande porte, e o Orçamento da União reservou, entre 2012 e 2019, R\$ 11,9 bilhões para obras de menor porte em parceria com os estados. Contudo, boa parte das obras federais (já concentradas inicialmente em Belo Horizonte, São Paulo, Recife, Salvador e Fortaleza e, na segunda edição do programa, em capitais que seriam sedes da Copa do Mundo 2014) não foi entregue à população e o orçamento estadual sofreu cortes para equilibrar as contas públicas durante a crise, indo para R\$ 6,3 bilhões.

Um levantamento realizado pela Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) no final de 2018 identificou 4.669 empreendimentos do PAC que estavam parados, sendo que em 46,5% dos casos mais da metade da obra estava concluída, e foram analisados mil projetos, nos quais foram identificados 1.302 motivos de paralisação. Entre eles, má formulação de projetos, disputas judiciais por licitação, mudanças de governo (o projeto é iniciado por uma gestão e quatro anos depois, a gestão seguinte não tem interesse em continuar), problemas de custeio (muitas obras não são concluídas para não serem inauguradas, pois não há como pagar pelo funcionamento), e falta de recurso do poder público local (nos casos em que há uma parceria do governo federal com os estados e prefeituras e cada parte é responsável por uma parcela do pagamento).

A CBIC montou uma força-tarefa com técnicos da Caixa, do Tribunal de Contas da União (TCU) e do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) para destravar esses empreendimentos e transformá-los em parcerias público-privadas. Algumas das medidas propostas já estão em análise na secretaria de Governo da Presidência da República. Uma das maiores mudanças realizadas pelo governo Bolsonaro foi a descentralização dos investimentos com recursos federais, que até 2018 estavam concentrados no Ministério do Planejamento e no Ministério das Cidades, responsáveis pela Monitoração do PAC. Agora, os projetos são responsabilidade dos ministérios respectivos a cada área. Contudo, com a extinção do Ministério das

Cidades, as suas atribuições passaram a fazer parte do Ministério do Desenvolvimento Regional e a Secretaria de Mobilidade Urbana (Semob) passou a dividir espaço com outras cinco secretarias. O professor de engenharia de transportes da Universidade Federal do Rio de Janeiro Márcio D'Agosto apontou, em entrevista<sup>36</sup> para o Sindicato de Empresas de Transporte Metropolitano da Grande Vitória, que talvez a Semob tenha dificuldades para aprovação de políticas e encaminhamentos de projetos, agora que seu trabalho não é prioridade de atuação de seu novo ministério. “antes existia uma ação um pouco mais direta (...); agora, vai depender da força que a secretaria terá para poder articular dentro do ministério e fazer as coisas acontecerem.”

Apesar do atual governo não ter apresentado propostas para essa área durante a campanha eleitoral e de não ser possível saber ao certo a importância que será dada para esse setor, em maio de 2019, foram disponibilizados recursos do Fundo de Apoio à Estruturação de Projetos de Concessão e PPP (FEP) e da Caixa Econômica, para auxílio técnico e capacitação de equipes locais e estaduais na estruturação de projetos de mobilidade, para que eles parem de ser paralisados durante a execução. José Carlos Medaglia, secretário de Obras Estratégicas e Fomento do Programa de Parcerias de Investimentos (PPI) afirma<sup>37</sup> que há, pelo menos, 15 regiões metropolitanas que necessitam de investimentos urgentes nos serviços públicos de transporte, mas que dificilmente os estados farão os estudos necessários para as concessões e menos provável ainda que invistam os próprios recursos, devido à escassez da crise. Logo, a alternativa encontrada foi o governo federal aportar recursos para a modelagem e estudos, de forma que garanta o apoio financeiro da iniciativa privada.

Enfim, a atual situação de moradias irregulares, somada ao péssimo serviço de mobilidade, além de dificultar o acesso dos moradores aos demais serviços básicos, também causam uma série de impactos ambientais como a poluição de rios e mananciais a partir de sistemas de esgoto e aterros irregulares, erosão do solo com a

---

<sup>36</sup> Matéria “Mobilidade e transporte no governo Bolsonaro”, do dia 4 de abril de 2019. Disponível em: <<https://www.gvbus.org.br/mobilidade-e-transporte-governo-bolsonaro/>> Acesso em: 03/06/2019.

<sup>37</sup> Matéria “Entenda como o governo tentará ajudar prefeitos com projetos de mobilidade”, do dia 30 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/infraestrutura-e-mobilidade/entenda-como-a-uniao-tentara-ajudar-prefeitos-com-projetos-de-mobilidade/>> Acesso em: 04/06/2019.

ocupação de áreas sujeitas a deslizamentos e inundações, e aumento dos níveis de poluição do ar pela alta concentração de pessoas em pequenas áreas. (IPEA, 2010) O Instituto alemão Max Plank, da Universidade de Johannes Guterberg, em Maiz, divulgou estudo em março de 2019, apontando que 8,8 milhões de pessoas morrem por conta da poluição em todo o mundo, anualmente, e que os maiores números estão localizados em países de grande desigualdade social.

Em 2015, 101.739 pessoas morreram devido à poluição no Brasil, segundo relatório publicado pela revista The Lancet<sup>38</sup>, deixando o país em 148º lugar de 188 no ranking mundial de mortes por poluição. Segundo o estudo, a poluição do ar foi responsável por quase 70% dos casos, seguida de poluição no ambiente de trabalho - incluindo cigarro - (17%), poluição da água (14%) e poluição do solo (9%). De acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS), pelo menos 633 crianças com menos de 5 anos morrem todos os anos por conta de gases poluentes no país. 93% das crianças e adolescentes do mundo respiram ar prejudicial à saúde: as partículas tóxicas provocam ou agravam problemas respiratórios; aumentam a probabilidade de asma, pneumonia, alergias e câncer infantil; induzem partos prematuros; prejudicam a formação de alvéolos e vias de circulação sanguínea em fetos e, por consequência, também aumentam o número de recém-nascidos com problemas no coração.

O Instituto de Energia e Meio Ambiente (IEMA) afirma que a grande preocupação não é apenas a população estar exposta a essas micropartículas danosas à saúde, mas também o fato de o país não realizar um monitoramento adequado de poluição do ar. De acordo com a instituição, apenas a região sudeste realiza o monitoramento de poluentes PM2.5 (partículas geradas pela combustão de automóveis, com 3% do diâmetro de um fio de cabelo, que podem facilmente acessar o interior das células humanas) e, dos 27 estados, apenas 9 realizam algum tipo de monitoramento da qualidade do ar, ou seja, não se sabe nada sobre os níveis de poluição da região Norte, no Centro-Oeste as informações são referentes apenas ao Distrito Federal e Goiás e, no Nordeste, apenas a Bahia realiza monitoramento.

---

<sup>38</sup> Matéria “Poluição mata mais de 100 mil pessoas por ano no Brasil, diz relatório”, do dia 20 de outubro de 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-41692503>> Acesso em: 03/06/2019.

As medidas tomadas pelos estados, também são, em sua grande maioria, direcionadas para a redução de fumaça e outras partículas maiores, enquanto o uso de automóveis apenas cresce e quase nenhuma medida é tomada em relação às micropartículas. O motivo do descaso, segundo o lema, é que as regulamentações sobre qualidade do ar são todas descritas em resoluções do Conama e não há uma Lei específica para isso, então não há investimento federal. Contudo, apesar da Política Nacional de Resíduos Sólidos estar em vigor há quase 10 anos, o Brasil está em 4º lugar na lista de maiores geradores de resíduos materiais do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Índia, com 11,3 milhões de toneladas anuais, segundo o relatório de 2018 do Fundo Mundial para a Natureza (WWF). Em média, cada brasileiro produz um quilo de lixo por semana e apenas 1,28% do total é reciclado, índice bem abaixo da média global de 9%, dados também retirados do relatório. O *Environmental Performance Index* (EPI) 2018, resultado de uma parceria entre as universidades americanas Yale e Columbia, analisou 180 países em relação a qualidade do ar e da água, saneamento, clima, energia e poluição; e o Brasil ficou em 69ª posição no ranking.

Em outras palavras, a poluição da água e do solo nacionais estão em situação tão preocupante quanto a da atmosfera, e não há previsão de melhora nem de movimentações governamentais nesse sentido. O presidente Bolsonaro optou por esvaziar a pasta do Meio Ambiente e atribuir boa parte de suas antigas funções ao Ministério da Agricultura, além de reduzir o Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama) para um quinto de seu colegiado. A atual gestão também planeja reavaliar<sup>39</sup> a participação do país no Acordo do Clima de Paris, que visa manter o aquecimento global dentro do limite de 2°C e cujos compromissos do país são: reduzir a emissão de gases do efeito estufa, zerar o desmatamento na Amazônia Legal, restaurar 12 milhões de hectares de florestas até 2030 e zerar a queima de combustíveis fósseis até o final do século. O atual ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, é réu em uma

---

<sup>39</sup> Matéria “Bolsonaro defende mudanças na Lei Rouanet e diz que se eleito vai tirar status de ministério da Cultura”, do dia 3 de setembro de 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/eleicoes/2018/noticia/2018/09/03/bolsonaro-defende-mudancas-na-lei-rouanet-e-diz-que-se-el-eito-vai-tirar-status-de-ministerio-da-cultura.ghtml>> Acesso em: 05/06/2019.

ação de improbidade administrativa<sup>40</sup>, acusado de ter fraudado o processo do Plano de Manejo da Área de Proteção Ambiental da Várzea do Rio Tietê em 2016; já declarou<sup>41</sup> que é a favor da caça e do uso irrestrito de agrotóxicos e iniciou um projeto<sup>42</sup> para suspender a lista de animais aquáticos em extinção. Por fim, a última atuação do governo nesse setor foi colaborar<sup>43</sup> com os Estados Unidos e a Argentina para refutar a inclusão de exportação de resíduos plásticos misturados, não recicláveis e contaminados no regime de controle da Convenção da Basileia da ONU sobre resíduos tóxicos.

A situação do setor de saúde também tem passado por sérias dificuldades. Com a Constituição de 1988, o Brasil passou a ser responsável pela criação e manutenção de um sistema de saúde com acesso universal e gratuito. Assim, o Sistema Único de Saúde (SUS) foi criado e regulado pela Lei 8.080/90 e tinha, como base orçamentária, 30% dos recursos voltados para seguridade social. Porém, três anos mais tarde, essa quantia começou a ser reduzida por meio de decretos e medidas provisórias, como a Desvinculação de Receitas da União (DRU), que liberava 20% da Seguridade Social para ser utilizado para outros fins pelo Governo Federal. Os ajustes foram tentativas de lidar com o aumento da inflação, que chegou a acumular em 114% ao final do segundo mandato FHC, mas acabaram causando uma redução real de 45% no orçamento do programa, durante a sua primeira década de existência, apesar de a pasta de saúde ter a maior verba da esplanada dos ministérios (houve um aumento absoluto de R\$2,7 bilhões, mas o valor necessário para corrigir a inflação ao final de 8 anos de mandato era de R\$51,8 milhões, e o programa recebeu um total de R\$28,5 bilhões).

---

<sup>40</sup> Matéria “Réu por fraude ambiental, ministro do Meio Ambiente é a favor da caça”, do dia 10 de dezembro de 2018. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2018/12/reu-por-fraude-ambiental-l-ministro-do-meio-ambiente-e-a-favor-da-caca/#>> Acesso em: 05/06/2019.

<sup>41</sup> Matéria “Ministro do Meio Ambiente de Bolsonaro defende mais agrotóxicos e relativiza desmatamento ilegal”, do dia 10 de dezembro de 2018. Disponível em: <<http://www.esquerdadiario.com.br/Ministro-do-Meio-Ambiente-de-Bolsonaro-defende-mais-agrotoxicos-e-relativiza-desmatamento-ilegal>> Acesso em: 05/06/2019.

<sup>42</sup> Matéria “Governo Bolsonaro traz incerteza sobre meio ambiente”, do dia 3 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.revistaplaneta.com.br/governo-bolsonaro-traz-incerteza-sobre-meio-ambiente/>> Acesso em: 05/06/2019.

<sup>43</sup> Matéria “Governo Bolsonaro faz lobby contrário e não assina acordo internacional de limitação da exportação de resíduo plástico”, do dia 15 de maio de 2019. Disponível em: <<http://climainfo.org.br/2019/05/15/governo-bolsonaro-faz-lobby-contrario-e-nao-assina-acordo-internacional-de-limitacao-da-exportacao-de-residuo-plastico/>> Acesso em: 05/06/2019.

Os mandatos seguintes, do Partido dos Trabalhadores, conseguiram estabilizar a crise e, em 2014, o Ministério da Saúde recebeu um orçamento de R\$106 bilhões, um ganho de 76% além do ajuste de inflação em relação a 2002. Também foram criados programas de assistência dentro do SUS, tais como o Programa Nacional de Imunização, que oferece gratuitamente todas as vacinas recomendadas pela OMS; a Farmácia Popular, que fornece gratuitamente à população quase 900 tipos de medicamentos considerados essenciais para o tratamento de doenças comuns<sup>44</sup>, oferece desconto para os demais e permite copagamento para anticoncepcionais e fraldas geriátricas; a Rede de Atenção Psicossocial (Raps), voltada para transtornos mentais e recuperação relacionada ao uso de drogas; e o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu), que oferece resgate e assistência inicial para vítimas em situação de urgência. Além disso, o país se tornou referência mundial no combate à Aids, com a disponibilização gratuita de antirretrovirais, e no transplante de órgãos - O Brasil possui o maior programa público de transplante de órgãos do mundo, que cobre cerca de de 87% das cirurgias nacionais voltadas para esse fim, exclusivamente com recursos governamentais.

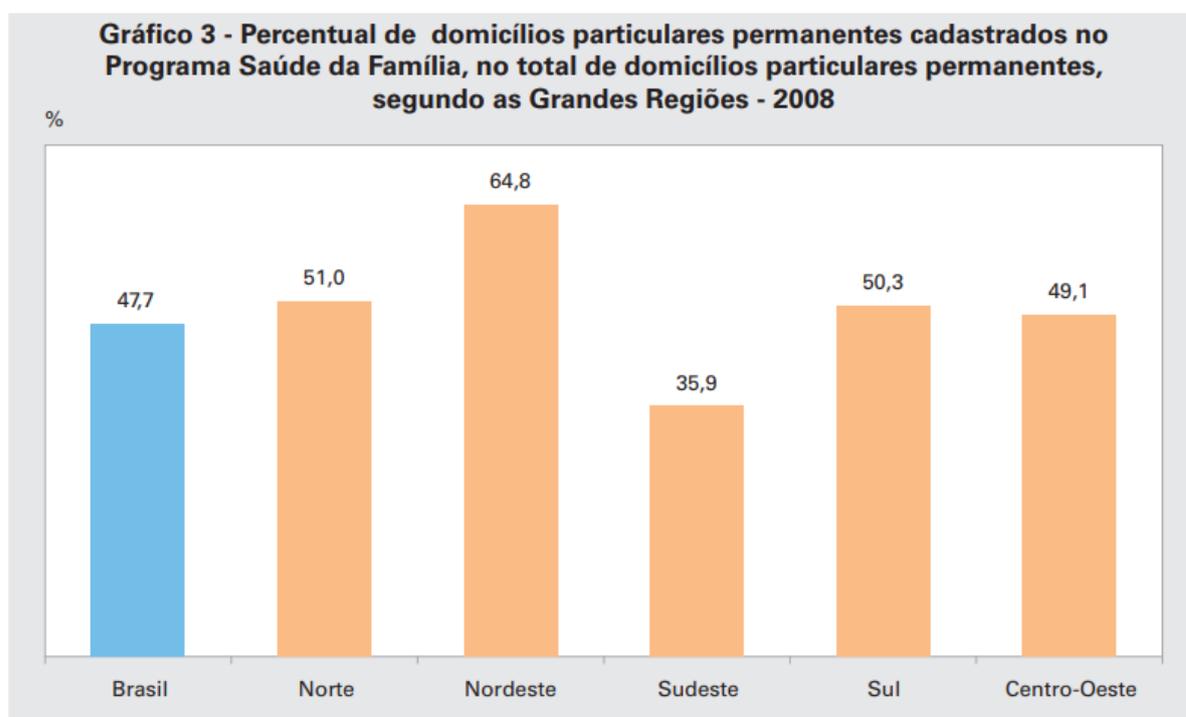
Apesar dos avanços, em 2008, 13% da população resolvia seus problemas de saúde por meio da iniciativa privada e o restante dependia do atendimento do SUS. No entanto, segundo a Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílio, do Ibmge, apenas 47,7% das famílias brasileiras tinham acesso real ao programa, como mostra a Figura 59, ou seja, um déficit de quase 50%. Nessa época, o Brasil tinha dois médicos para cada mil habitantes, enquanto esse índice era de 206 nos EUA, 3,2 na Argentina e 4 em Portugal. A distribuição desses profissionais também era muito desigual, 22 estados possuíam média inferior à nacional e apenas 8% dos médicos estavam em municípios com população inferior a 50 mil habitantes, essas que somavam 90% das cidades do país. Enquanto São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal puxavam o índice nacional, com médias equivalentes às encontradas na Europa, alguns estados da Região Norte não tinham sequer um médico a cada cem mil habitantes.

---

<sup>44</sup> Os medicamentos estão descritos na Relação Nacional de Medicamentos Essenciais (Rename). Disponível em: <[http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/relacao\\_nacional\\_medicamentos\\_rename\\_2017.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/relacao_nacional_medicamentos_rename_2017.pdf)> Acesso em:10/06/2019.

Como tentativa de resolver esse problema, em 2011 foi criado o Programa de Valorização dos Profissionais da Atenção Básica (Provab), para atrair médicos recém-formados às regiões carentes, oferecendo bolsas de R\$8 mil. Três mil prefeituras solicitaram ajuda, gerando uma demanda de 13 mil médicos, contudo, apenas 4,3 mil profissionais se inscreveram e, desses, 3,8 mil assinaram contrato, ou seja, só foram preenchidas 29% das vagas. Dois anos mais tarde, foi lançado o programa Mais Médicos, que convidou médicos do exterior para ocuparem os espaços remanescentes, a princípio dando prioridade para profissionais formados no Brasil ou que já tinham autorização para atuar no país. Para jornadas de 40 horas restritas a atendimentos de atenção básica, eram oferecidas bolsas de R\$10 mil pelo Ministério da Saúde, mais auxílio alimentação e moradia por parte do município. Em 2017, já tinham 18.240 médicos atuando em 4.058 municípios, garantindo o acesso à 63 milhões de brasileiros.

Figura 59 - Porcentagem de domicílios cadastrados no sus



Fonte: *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: um panorama da saúde no Brasil*  
Ibge.

Ao todo, eram 447 médicos atuando no país, atingindo a marca de 2,15 médicos por mil habitantes, dos quais 75% participava do SUS, garantindo o atendimento de 90 milhões de novos usuários. 98,3% da população que procurava um médico ou hospital, conseguia atendimento, de acordo com a Fundação de Economia e Estatística (FEE). Contudo, daqueles que não conseguiam, mais de 70% dos caso era por motivo de ausência de médico ou ausência de vagas para atendimento, como mostra Figura 60. O SUS também realiza bem menos consultas do que deveria, o que acaba gerando longas filas de espera. Segundo o Fisc Saúde 2016, a média nacional de consultas por habitante era de 2,8, enquanto os países melhor colocados, como a Coreia do Sul, Japão e Hungria apresentaram índices acima de 10.

Figura 60 - Motivos para falta de atendimento pelo SUS em 2016



Fonte: Fundação de Economia e Estatística

A rápida expansão da rede credenciada também acarretou em problemas financeiros. O Sus é um dos maiores sistemas de saúde do mundo, com quase 1,4 bilhões de atendimentos anuais, mas apenas 3,6% do orçamento federal foi

direcionado à saúde em 2018, percentual que fica bem abaixo da média mundial, de 11,7% segundo a OMS. O valor chega a ser de 4 a 7 vezes menor do que o de outros países com sistema universal de saúde e três vezes menor do que é investido no próprio sistema de saúde privado nacional. E essa situação não deve sofrer muitas modificações nos próximos anos, devido à Emenda Constitucional 95/2016, que limita o crescimento de gastos públicos ao percentual de inflação dos 12 meses anteriores, pelos próximos 20 anos.

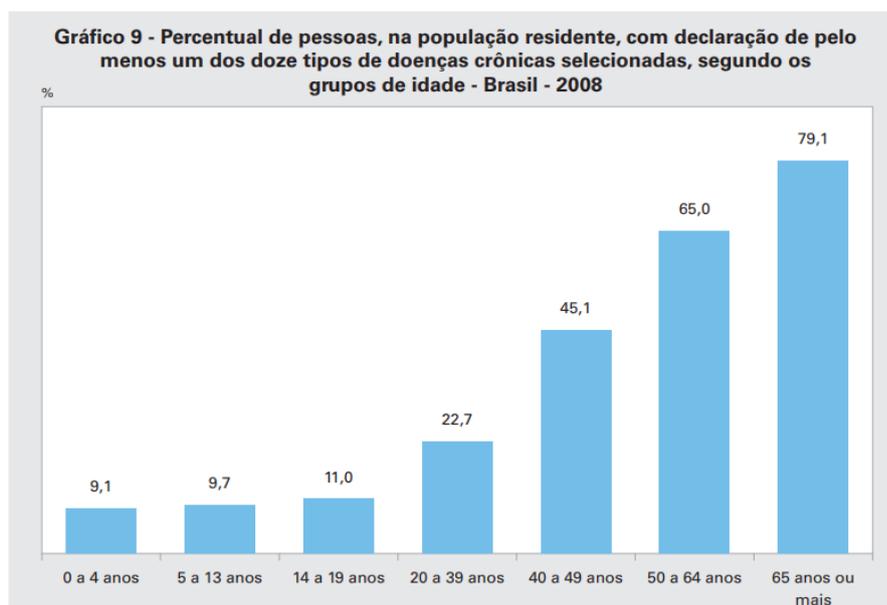
Desde o início do programa, os gastos que o Governo Federal não conseguia cobrir eram repassados para os estados e municípios, contudo, as porcentagens de participação tem mudado drasticamente: enquanto em 1993 a participação da União era de 72%, dos municípios 16% e estados 12%; em 2002 a união aplicou 52,4% dos recursos, enquanto os municípios entraram com 25,5% e os estados com 22,1%; e em 2017 esses números caíram para 43,4% vindos da União, 30,8% dos municípios e 25,8% dos estados. O grande problema é que não há recursos estatais e municipais suficientes para lidar com a alta demanda. Segundo a Associação Nacional de Hospitais Privados (Abramge), o Brasil perdeu 13 leitos por dia entre 2010 e 2015, um total de 23.565 vagas para atendimento.

O cenário fica pior ao levar em conta que, com a crise, o sistema público de saúde ficou ainda mais congestionado, cerca de 2,6 milhões de pessoas perderam seus convênios médicos em decorrência do aumento de preços, da alta do desemprego ou do endividamento familiar, de acordo com a Abramge. Além disso, o aumento do acesso à saúde básica, gerado pelos programas governamentais criados nos primeiros 15 anos do milênio trouxe um novo desafio: a população brasileira está envelhecendo, em 2016 haviam 26 milhões de habitantes com mais de 60 anos, e nessa idade os problemas de saúde são mais recorrentes, o que aumenta os custos da saúde pública. A Figura 61 apresenta a porcentagem de pessoas com doenças crônicas em cada faixa etária da população em 2008, e quase 80% dos idosos sofria de alguma das doze mais comuns.

Assim, pior do que a falta de atendimento, o principal problema do SUS passou a ser a falta de qualidade no serviço. Em agosto de 2016, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) pediu aos brasileiros que avaliassem 13 serviços públicos e saúde

ficou no topo daqueles com a pior qualidade, e a partir de dados do Ministério da Educação, duas a cada 10 faculdades de medicina no país não atingiram a nota esperada no Enade do mesmo ano. O jornal científico The Lancet publicou uma pesquisa<sup>45</sup> conduzida pela Comissão de Saúde Global de Alta Qualidade em 2018, apontando que no Brasil, 153 mil mortes por ano são causadas por atendimento de má qualidade e 51 mil por falta de acesso a atendimento de saúde, sendo falta de respeito, consultas falhas e preconceito os principais problemas listados. O estudo aponta ainda que o acesso insuficiente a cuidados médicos foi o maior contribuinte para as mortes por câncer (89%), condições mentais neurológicas (85%) e condições respiratórias (76%). Em um índice de zero a 100, baseado no tratamento de 32 causas evitáveis de morte, o Brasil teve pontuação de 64,9, ficando em 89ª posição no ranking e, segundo os pesquisadores, o país poderia ter mais 9,8 pontos se otimizasse seus recursos.

Figura 61 - porcentagem de pessoas com doenças crônicas em cada faixa etária



Fonte: *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: um panorama da saúde no Brasil*  
Ibge.

<sup>45</sup> Artigo "Mortality due to low-quality health systems in the universal health coverage era: a systematic analysis of amenable deaths in 137 countries", do dia 5 de setembro de 2018. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(18\)31668-4/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(18)31668-4/fulltext)> Acesso em: 10/06/2019.

Desde o período eleitoral de 2018, o governo Bolsonaro foi desfavorável ao programa Mais Médicos e decidiu mudar alguns termos contratuais, principalmente no que se tratava do acordo cubano. A princípio, por meio de um acordo intermediado pela Organização Pan-Americana de Saúde, o país ofereceu seus servidores públicos para serem alocados nas vagas periféricas recusadas pelos brasileiros e pelos estrangeiros participantes do programa, para que a população mais carente do país não ficasse sem acesso. Porém, o pagamento era realizado para o governo cubano e repassado para os profissionais, com uma retenção de 40% na fonte. Antes mesmo de assumir o mandato, Bolsonaro declarou que iria modificar o contrato, para que o pagamento fosse efetuado diretamente aos médicos, para que eles pudessem residir com as famílias e para que eles fossem obrigados a fazer um exame de revalidação de diploma. A declaração foi acompanhada de alguns comentários de desconfiança em relação à qualidade dos profissionais cubanos, o que fez com que o país se retirasse do acordo.

Após a saída dos cubanos, o Mais Médicos, que atendia 63 milhões de pessoas, reduziu esse número pela metade, ou seja, 30 milhões de brasileiros de periferia, municípios do interior e distritos indígenas deixaram de receber apoio médico. As tentativas de reposição não têm sido eficientes, os profissionais se inscrevem nos editais e desistem de permanecer nos locais de trabalho com menos de um mês de serviço. A solução proposta, ao invés de apresentar alternativas para a alocação de médicos nas vagas abertas, publicou a Portaria 30/2019, impondo que os municípios menos vulneráveis seriam retirados dos editais. Segundo dados do Conselho de Secretários Municipais do Estado de São Paulo, atualmente são 3.885 municípios participantes, dos quais 2.006 são classificados com perfil 1 a 3 (menos vulneráveis) e 2.184 como 4 a 8 (mais vulneráveis), logo, praticamente metade das localidades vai ficar de fora dos próximos processos seletivos.

O Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, parece ter outras prioridades que não o acesso à saúde de qualidade para toda a população. Em seis meses de mandato, ele propôs a cobrança de atendimento no SUS<sup>46</sup>, a reformulação de

---

<sup>46</sup> Matéria “Ministro da Saúde de Bolsonaro é o primeiro a propor cobrança de atendimento no SUS”, do dia 29 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/05/29/ministro-da-saude-de-bolsonaro-e-o-primeiro-a-propor-cobranca-de-atendimentos-no-sus/>> Acesso em: 10/06/2019.

cadernetas de saúde do adolescente, para remover a parte de prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, o aumento da exigência de carteirinhas de vacinação em postos de emprego e escolas<sup>47</sup> e a desburocratização das normas de maquinário hospitalar<sup>48</sup>. O Departamento de IST, Aids e Hepatites Virais também foi rebaixado<sup>49</sup> para uma sessão do Departamento de Doenças de Condições Crônicas e Infecções sexuais, o que reduziu a autonomia para a execução de políticas. As campanhas de conscientização do carnaval, pela primeira vez em vinte anos abordou apenas a camisinha como método preventivo e não realizou textos direcionados aos grupos de alto risco. O ex-ministro, Alexandre Padilha, afirmou que essas medidas seriam uma tentativa de esconder a doença, considerada epidemia mundial. Por fim, apesar de ter apresentado como única meta para o período o aumento na cobertura vacinal, o Brasil perdeu, em março, o certificado de eliminação do sarampo, após completar um ano de transmissão da doença.

A situação da educação no país também tem passado algumas dificuldades para atingir a universalização, apesar de ser considerada um direito dos brasileiros desde 1827, quando foi sancionada a primeira lei que tratava exclusivamente dessa temática, garantindo quantas escolas primárias fossem necessárias em cada localidade. O maior problema enfrentado hoje é fruto de uma reforma constitucional realizada durante o período regencial e que perdura até hoje: o chamado Ato Adicional definia que os ensinos elementar e secundário, além da formação de professores, seriam responsabilidade das províncias, estando o ensino superior aos encargos do poder central. A descentralização do ensino se manteve desde então e sofre com a falta de recursos dos estados.

Durante a década de 1920, a taxa de analfabetismo era de 65% da população, segundo o Ibge, pois a construção das escolas dependia de uma verba que só existia nos grandes centros. Nesse período, foi fundada a Associação Brasileira de

---

<sup>47</sup> Matéria “Em cem dias, ministro da Saúde freia anúncios e tenta evitar radicalização”, do dia 7 de abril de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/04/em-cem-dias-ministro-da-saude-freia-anuncios-e-tenta-evitar-radicalizacao.shtml>> Acesso em: 10/06/2019.

<sup>48</sup> Matéria “Bolsonaro diz que vai “desburocratizar” saúde e Segurança do trabalho”, do dia 13 de maio de 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/bolsonaro-diz-que-vai-desburocratizar-saude-e-seguranca-do-trabalho/>> Acesso em: 10/06/2019.

<sup>49</sup> Matéria “Bolsonaro acaba com o departamento de Aids e revolta organizações e ex-ministro da Saúde”, do dia 23 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2019/05/bolsonaro-departamento-aids-revolta-organizacoes/>> Acesso em: 10/06/2019.

Educação, cuja função era promover os primeiros debates sobre o tema no país, e alguns anos mais tarde, com a ditadura Vargas, iniciou-se um processo de organização do sistema de ensino, com a inserção de um capítulo dedicado exclusivamente ao assunto na constituição de 1934, a criação do Ministério da Educação e a regulamentação do ensino industrial, com as escolas do Senai. Na década de 1940, a taxa de analfabetismo havia caído para 40%, o que representava 15 milhões de pessoas.

A primeira Lei de Diretrizes e Bases da Educação foi promulgada em 1961, estabelecendo os deveres do Estado em relação ao ensino público e definindo novamente as responsabilidades da União, dos estados e o Distrito Federal e dos municípios. Com a constituição de 1988, o caráter universal desse direito foi reforçado e foi determinada a elaboração de um Plano Nacional da Educação. Em 1996, foi aprovada uma nova Lei de Diretrizes e Bases, com seu conteúdo adaptado à nova constituição e toda a regulamentação do PNE, que foi lançado quatro anos mais tarde. O documento possuía 295 metas, com validade de 10 anos, voltadas principalmente para a erradicação do analfabetismo, a universalização do atendimento escolar, a melhoria da qualidade de ensino, a formação para o trabalho e a promoção científica e tecnológica no país. Foi determinado também que cada estado e município deveria montar seu próprio plano decenal, mas o artigo que dedicava 7% do PIB para a educação foi vetado pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, o que prejudicou o repasse e deixou o setor em situação de subfinanciamento. A Figura 62 apresenta um histórico dos gastos com educação entre 2000 e 2015 e até o final do período de regência do primeiro PNE, os investimentos não atingiram o padrão necessário, chegando apenas a 5,6% do PIB.

Em 2008, apenas 16% dos municípios brasileiros tinham planos aprovados por lei e 2,4% dos brasileiros de 7 a 14 anos ainda estavam fora da escola (uma queda de 1,1% em relação a 2001), o que significa um número absoluto de 680 mil crianças de baixa renda, das quais 450 mil eram negras ou pardas e a grande maioria residia nos estados do Norte e do Nordeste. Já o caso da educação infantil apresentava duas situações distintas: 77,6% das crianças de 4 e 5 anos estão na pré-escola, mas na fase da creche, apenas 17,1% das crianças de até 3 anos eram atendidas, 33 pontos percentuais abaixo da meta. E a grande dificuldade dessa situação é a falta de verba,

pois uma criança na creche custa mais do que o dobro de um aluno no ensino fundamental, segundo Mozart Neves Ramos<sup>50</sup>, membro do Conselho Nacional de Educação.

Figura 62 - Histórico dos gastos federais com educação



Fonte: G1

Durante esse período, o programa Brasil Alfabetizado também atendeu quase 10 milhões de brasileiros, mas a grande maioria dos inscritos era analfabeto funcional (com noções rudimentares de leitura e escrita), então a taxa de analfabetismo absoluto do país caiu apenas de 13% para 10%; e 10,9 milhões de pessoas cursaram turmas de Educação de Jovens e Adultos (EJA), mas esse número representa apenas um

<sup>50</sup> Matéria “Balanço do Plano Nacional de Educação (PNE) 2001-2010”, do dia 1 de março de 2010. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/2901/balanco-do-plano-nacional-de-educacao-pne-2001-2010>> Acesso em: 14/06/2019.

terço das pessoas que não concluíram a quarta série, público-alvo desse programa, e o índice de evasão estava em 43%, ou seja, quase a metade dos alunos não chegou a pegar um diploma de concluinte. Mozart aponta que o maior desafio é a garantia da permanência, porque ela depende de condições de transporte, alimentação, moradia e auxílio familiar. O índice de reprovação também é um problema grave, pois foi o único que aumentou durante a década, saindo de 11% para 12,1%, um patamar muito mais elevado do que os demais países da América Latina, que possuem índices em torno dos 4%.

A segunda edição do PNE, enviada para aprovação do Congresso no dia 15 de dezembro de 2010, só foi aprovada quatro anos mais tarde e com validade até 2024, mas é bem mais sucinta e direcionada. O documento possui apenas 20 metas e acrescentou mais cinco diretrizes: superação das desigualdades educacionais, promoção da sustentabilidade socioambiental, valorização dos profissionais da educação, difusão dos princípios da equidade, do respeito à diversidade e à gestão democrática da educação, e estabelecimento de meta de aplicação progressiva de recursos públicos até atingir 10% do PIB. Entre as novas propostas, estão: universalizar o ensino médio até 2016; universalizar o atendimento escolar para estudantes com deficiências, transtornos globais de desenvolvimento e altas habilidades na rede regular de ensino; alfabetizar todas as crianças até 8 anos de idade; oferecer educação em tempo integral na metade das escolas públicas do país; elevar a escolaridade média dos 25% mais pobres da população para no mínimo 12 anos e igualar as médias de negros e não negros; erradicar o analfabetismo absoluto até 2020 e reduzir em 50% o funcional; ampliação da atuação de mestres e doutores nas instituições de ensino superior para 75% e a de professores pós-graduados na educação básica para 50%;

Em 2019, a Campanha Nacional pelo Direito à Educação (CNDE) realizou um estudo para compreender como estava o andamento das metas e concluiu que, das 20, 16 estavam estagnadas e quatro delas tiveram um cumprimento parcial. 8% das crianças de 4 e 5 anos não estão ocupando vagas da pré-escola, 2% das crianças de 7 a 14 anos ainda está fora da escola regular, 8% dos adolescentes de 15 a 17 anos não está matriculado no ensino médio e 66% das crianças de até 3 anos está fora das creches; em relação ao atendimento especializado para minorias especiais, apenas

40,4% dos jovens tinha acesso ao final de 2017; e a meta voltada para escolas em tempo integral chegou a piorar, pois em 2017 eram 28,6% de matrículas e, um ano depois, esse número caiu para 23,2%, sendo que o objetivo era atingir a metade; por fim, a população mais pobre do país terminou 2017 com uma média de 9,6 anos de estudo. O programa Brasil Alfabetizado foi desmontado pelo governo Temer e a meta de alfabetismo também não foi alcançada: 7,2% das pessoas com mais de 15 anos ainda era considerada analfabeta em 2015, segundo o Ibge, ou seja, não conseguiam escrever um bilhete simples.

A questão da desigualdade social e racial também se manteve e segue os padrões de desenvolvimento apresentados na pesquisa da SPI no início desse tópico. Na região Nordeste, a taxa de analfabetismo chega a ser o dobro da média nacional (14,8%) e quatro vezes maior do que as das regiões Sul (3,6%) e Sudeste (3,8%). Em outras palavras, dos 11,8 milhões de analfabetos, 6,5 milhões estão localizados no Nordeste. Quando o assunto é raça, a taxa de analfabetismo também dobra para pessoas negras ou pardas (9,9%), em comparação com pessoas brancas (4,2%). Em 2016, um terço da população negra ou parda com mais de 60 anos era analfabeta. Entre os 48,5 milhões de jovens na faixa de 15 a 29 anos, 23% não trabalha e nem estuda, contingente que tem crescido 6% ao ano. E ao todo, 25 milhões de jovens se viram obrigados a interromper seus estudos nos últimos anos, quase 40% pela necessidade de arrumar emprego. Ambos os grupos são compostos majoritariamente por pessoas de cor negra ou parda (64,2%). Andressa Pellanda, coordenadora executiva da CNDE, afirmou<sup>51</sup>, em entrevista para o G1 que a falência no cumprimento das metas se deve à queda nos recursos da educação, à ausência de um sistema nacional de educação<sup>52</sup>, à falta de suporte federal para os estados e municípios, e à nova gestão do Brasil estar criando políticas que vão na contramão do PNE, como a

---

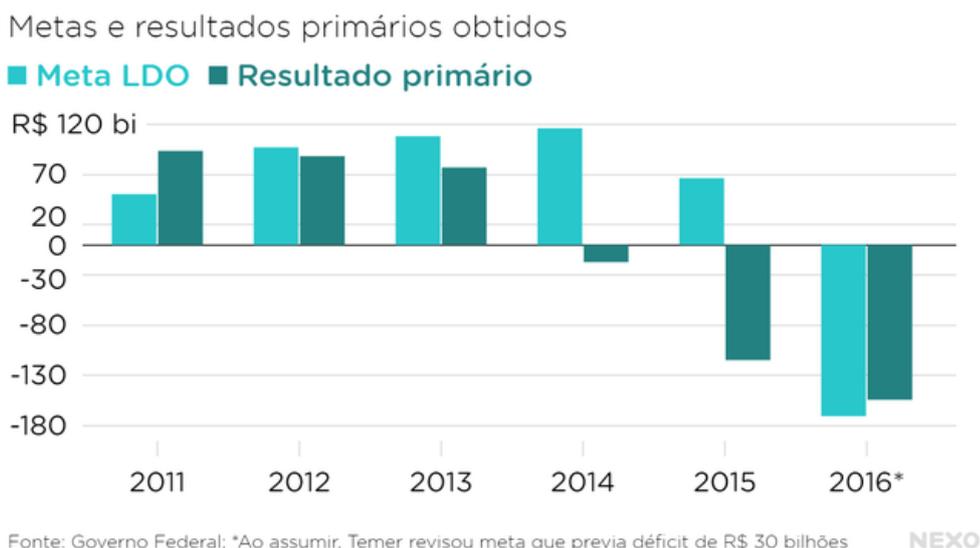
<sup>51</sup> Matéria “Plano Nacional de Educação está com 80% das metas estagnadas, diz estudo”, do dia 27 de maio de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/05/27/plano-nacional-de-educacao-esta-com-80percent-das-metas-estagnadas-diz-estudo.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

<sup>52</sup> Ministério da Educação sobre o SNE: “O principal objetivo do SNE é aperfeiçoar a organização da educação para que as políticas públicas sejam mais orgânicas e capazes de assegurar o direito constitucional com equidade. Nesse sentido, há a proposta de um conjunto normativo com alterações na Lei de Diretrizes e Bases da educação nacional (LDB); a regulamentação do art. 23 da Constituição Federal, no que se refere à Lei de Responsabilidade Educacional; a adaptação das regras de financiamento e a adequação dos sistemas de ensino às novas normas nacionais”, retirado do texto “MEC propõe pacto nacional para o debate e a elaboração das leis”, disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/36419-sistema-nacional-de-educacao>> Acesso em: 17/06/2019.

militarização das escolas, os cortes no MEC e o ensino à distância para a educação básica.

Desde 2014, com o início do segundo mandato de Dilma Rousseff, as contas do país passaram a fechar com saldo negativo, bem abaixo da meta fiscal determinada pela Lei de Diretrizes Orçamentárias, como é possível observar pela Figura 63. Em 2018, o déficit orçamentário foi de R\$ 154 bilhões, mas o Projeto de Lei de Diretrizes Orçamentárias (PLDO) enviado pelo presidente Jair Bolsonaro ao Congresso Nacional, estipulou como meta de 2020 um déficit de R\$ 124,1 bilhões, e indicou metas de menos R\$68,5 bilhões e menos R\$31,4 bilhões para os dois anos seguintes. A meta de 2019 era um déficit de R\$ 139 bilhões, contudo, o Ministério da Economia anunciou uma revisão da expectativa para o crescimento do PIB: de 2,2%, passou para 1,6%, uma visão otimista, visto que o mercado financeiro espera um crescimento de apenas 1,4%<sup>53</sup>.

Figura 63 - Comparação histórica das metas LDO e resultados primários



Fonte: Nexo

<sup>53</sup> Matéria “Mercado vê inflação mais alta e reduz estimativa de crescimento do PIB para 1,24% em 2019”, do dia 20 de maio de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/20/mercado-ve-inflacao-mais-alta-reduz-estimativa-de-crescimento-do-pib-para-124percent-em-2019.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

Como tentativa de atingir a meta fiscal prevista, o governo anunciou um contingenciamento de R\$29,7 bilhões em despesas previstas para o ano de 2019 e, desse total, R\$5,8 bilhões foram da pasta de educação, que já estava sofrendo com a Emenda Constitucional 95/2016<sup>54</sup> do Teto de Gastos, que determina, a partir de 2018, que as despesas federais só poderão aumentar de acordo com a inflação acumulada conforme o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). A situação fez com que o MEC bloqueasse uma parcela de 24,84% dos gastos não obrigatórios das 63 universidades e dos 38 institutos federais de ensino (fase escolar que mais recebe investimentos, apesar de também estar abaixo da média da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE, como mostra a Figura 64) o que inclui água, luz, terceirizados, obras, equipamentos e realização de pesquisas, dando um total de R\$1,7 bilhão. A Associação dos Reitores das Universidades Federais (Andife) declarou<sup>55</sup> que foi o maior contingenciamento desde 2014 e que a verba para custeios e investimentos será a menor desde 2008, o que acabou gerando protestos e paralisações de estudantes e professores por todo o país. O atual ministro da Educação, Abraham Weintraub, afirmou<sup>56</sup>, em entrevista para o G1, que os recursos podem ser liberados no próximo semestre, caso a economia melhore, mas que os recursos serão direcionados para a pré-escola ou para a educação básica, prioridade elencada pelo presidente durante a sua campanha eleitoral.

O sistema brasileiro de segurança pública também está passando por uma crise e entrando gradativamente em colapso. A violência no país tem aumentado de forma exponencial desde os anos 70, quando a população se estabeleceu majoritariamente nas áreas urbanas e as moradias irregulares passaram a ser uma solução comum nas comunidades. A Figura 65 apresenta o aumento de homicídios

---

<sup>54</sup> Emenda Constitucional 95/2016, disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/emendacon/2016/emendaconstitucional-95-15-dezembro-2016-784029-norma-pl.html>> Acesso em: 17/06/2019.

<sup>55</sup> Matéria “Entenda o corte de verba das universidades federais e saiba como são os orçamentos das 10 maiores”, do dia 15 de maio de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/05/15/entenda-o-corte-de-verba-das-universidades-federais-e-saiba-como-sao-os-orcamentos-das-10-maiores.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

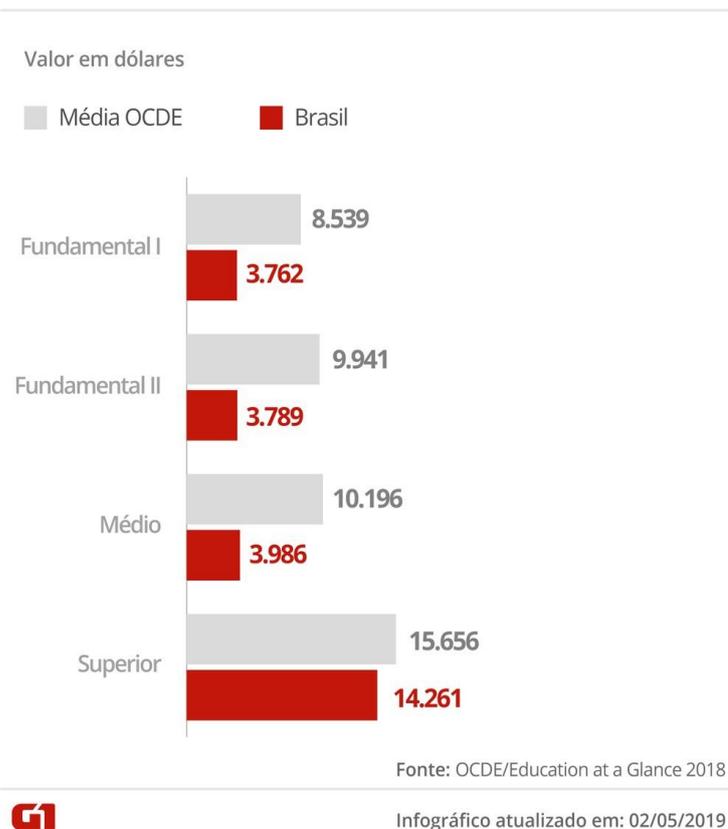
<sup>56</sup> Matéria “Constituição prevê que ensino básico é prioridade de estados e municípios; entenda os gastos com educação”, do dia 3 de maio de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/05/03/constituicao-preve-que-ensino-basico-e-prioridade-de-estados-e-municipios-entenda-os-gastos-com-educacao.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

no território nacional desde o início do século e a Figura 66 mostra um histórico recente dos diferentes tipos de roubo, ambas apontam para um aumento ou para uma estabilidade dos números de violência. E a tendência do poder público tem sido formular respostas imediatas para episódios pontuais ao invés de planejar uma abordagem em função dos indicadores e dados globais, e quando o caso em questão perde visibilidade na mídia, as medidas se desvanecem. O Plano Nacional de Segurança Pública, por exemplo, foi lançado pelo governo Fernando Henrique Cardoso após o sequestro do ônibus 174<sup>57</sup>, no Rio de Janeiro.

Figura 64 - Comparação de gastos com educação entre Brasil e OCDE

### Brasil x média da OCDE, 2015

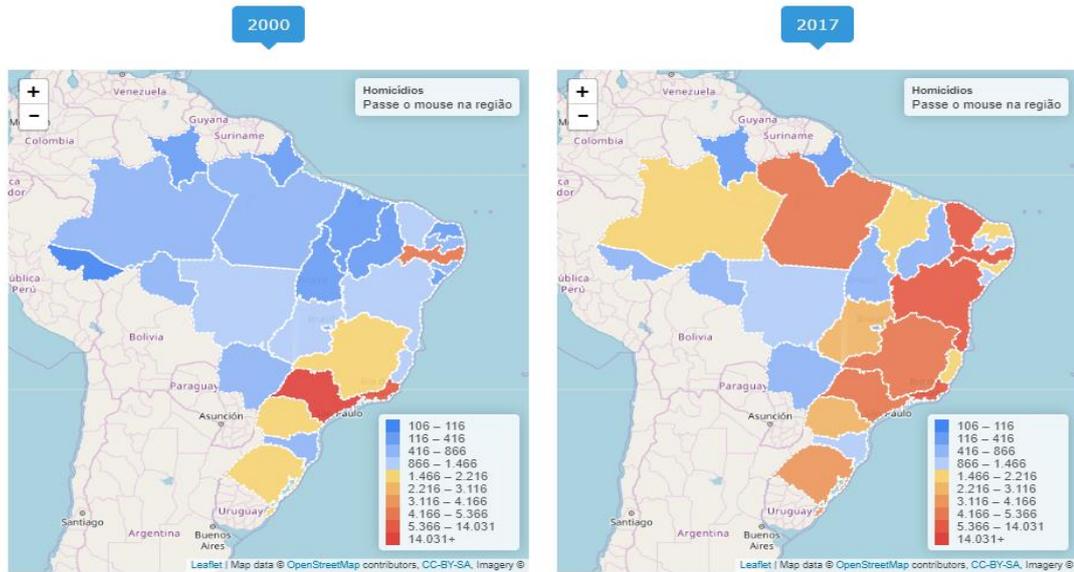
Investimento em educação em DÓLAR convertido pelo critério de 'poder de paridade de compra' (PPP)



Fonte: G1

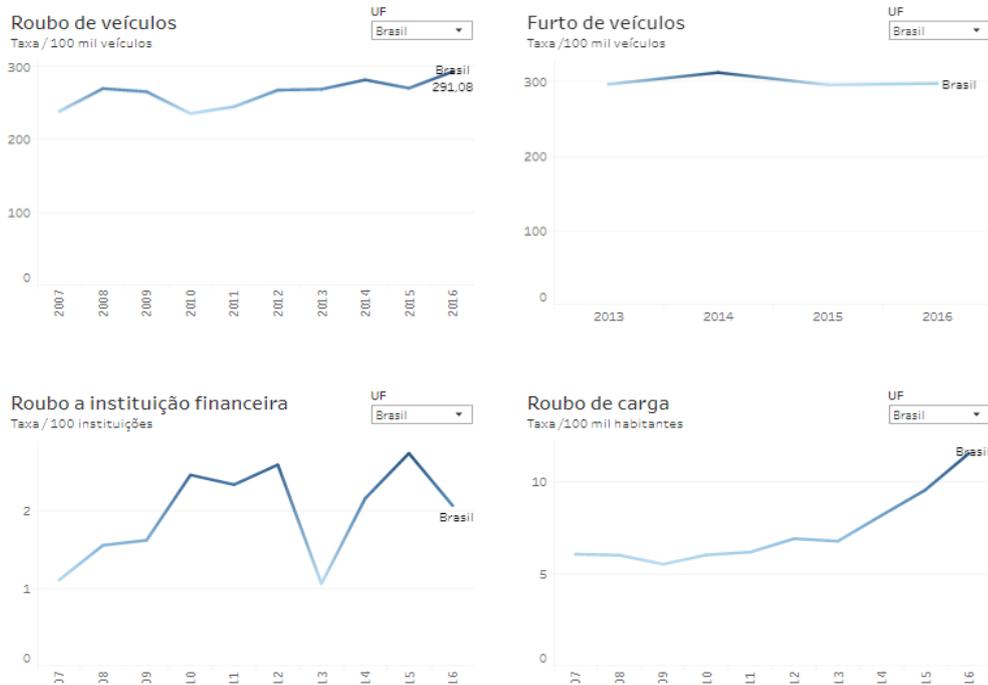
<sup>57</sup> Mais detalhes sobre o ocorrido na página “Sequestro do ônibus 174” da Wikipédia. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Sequestro\\_do\\_%C3%B4nibus\\_174](https://pt.wikipedia.org/wiki/Sequestro_do_%C3%B4nibus_174)> Acesso em: 21/06/2019.

Figura 65 - Quantidade de homicídios por estado 2000-2017



Fonte: Atlas da Violência/IPEA

Figura 66 - histórico de roubos 2007-2016



Fonte: Atlas da Violência/IPEA

O documento era composto por 15 compromissos e 124 ações concretas de intervenção contra a violência urbana, sendo algumas exclusivas do poder federal e outras compartilhadas com estados e municípios. Uma das principais iniciativas foi a criação do Fundo Nacional de Segurança Pública (FNSP), para financiar projetos estaduais e políticas públicas, e a Secretaria Nacional de Segurança Pública (Senasp) do Ministério da Justiça foi reorganizada para se responsabilizar pelas implementações. Uma das ações propostas foi o Plano de Integração e Acompanhamento de Programas Sociais de Prevenção à Violência Urbana (Piaps), criado em 2001 como agente articulador e gerenciador das iniciativas de diversos ministérios para prevenir a violência, com o objetivo de maximizar os resultados. Contudo, dois anos depois, com a troca da presidência, o programa foi abandonado em função do Sistema Único de Segurança Pública (Susp), que pretendia articular operações de intervenção dos estados e otimizar o uso de funcionários e equipamentos, fazendo com que os diversos órgãos do setor atuassem de forma sistêmica.

As constantes crises políticas fizeram com que o programa perdesse apoio e boa parte do plano não saiu do papel. Também estavam previstos um banco de dados nacional para estatísticas criminais e equipes regionais de estatísticos para auxiliar os estados a padronizar seus registros criminais. Contudo, a plataforma só foi lançada 9 anos depois e ainda segue incompleta, porque até hoje cada estado computa os crimes à sua maneira e manda os dados quando quer. Isso, porque a ausência de critérios rígidos para a seleção das ações financiadas, somadas aos cortes de orçamento enfraqueceram o papel indutor de políticas públicas nos estados. Em 2006, o orçamento inicial de US\$ 180 milhões sofreu 75% de cortes e, seis anos depois, a situação se mantém a mesma, dos R\$3,1 bilhões previstos no orçamento de 2012, apenas R\$738 milhões foram empenhados, 23,8% do total. Em 2016, o orçamento foi de 1,5% do PIB, quantia menor do que a gasta na França, por exemplo, um país de extensões bem menores. O FNSP também sofreu diversos cortes nas últimas duas décadas, principalmente pelo fato de não ter quantia anual definida. Em 2016, foram R\$400 milhões divididos entre os 27 estados, uma queda de 48% em relação ao início do fundo.

A grande maioria das políticas estaduais também não é muito elaborada, sem objetivos e nem métodos de avaliação, são basicamente reativas e focam na repressão muito mais do que na prevenção. A estrutura organizacional também prejudica o funcionamento do sistema, visto que cada estado conta com uma Polícia Militar, responsável pelo patrulhamento ostensivo e a manutenção da ordem, e com uma Polícia Civil, cuja missão é investigar crimes e encontrar os culpados. Nenhuma das duas executa o ciclo completo de segurança pública, o que suscita problemas de duplicidade e rivalidade entre as equipes. Segundo o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 70% da população brasileira não confia na Polícia Militar e 63% não está satisfeita com a sua atuação. Mas a Polícia Civil não fica muito atrás, pois o estudo “Diagnóstico da Investigação de Homicídios no Brasil, realizado pelo Conselho Nacional do Ministério Público (Cnmp) em 2012, aponta que apenas 5% dos casos de homicídio no país são solucionados, enquanto em outros países, como o Reino Unido, essa média passa dos 90%. A ausência de um repasse estadual adequado de verbas também piora bastante a situação: em 2017, por exemplo, a União arrecadou 58% do total de receitas do país e foi responsável por apenas 12% dos gastos com segurança pública, enquanto os estados, que ficaram com 25% das receitas, foram responsáveis por 82% das despesas do setor.

O judiciário também acompanha esses padrões, visto que 40% dos processos abertos no Brasil ainda não foram julgados e, em grande parte dos casos, as pessoas julgadas não são condenadas, o que significa que nem deveriam ter sido presas em primeiro lugar. Por fim, o poder executivo responsável pela administração dos presídios tem dificuldades para lidar com a superlotação e com o surgimento de facções dentro dos estabelecimentos carcerários. Segundo o Ministério da Justiça, a população de presos mais do que dobrou de tamanho desde 2000 e hoje é a quarta maior do mundo, com 622 mil detentos e apenas 371 mil vagas disponíveis. O Brasil adotou uma política de guerra às drogas em que qualquer um que é pego com substâncias ilícitas pode ser preso, mas devido às más condições dos presídios, eles se tornaram conectores, ao invés de cumprir um papel de isolamento e recuperação, pois apenas facilitam o recrutamento de jovens para o crime, que saem em poucos anos inseridos em grupos criminosos e tornam a sociedade mais perigosa.

O perfil de quem mata e morre no país é o mesmo: 71% são negros de baixa escolaridade e moradores da periferia, com idade até 29 anos. O Brasil também é o país que mais mata transexuais e o quinto país do mundo em que mais ocorrem homicídios femininos, com uma taxa de 4,8 assassinatos a cada 100 mil mulheres. Em 2016, foram registrados 4.606 casos, além de outros 49.497 registros de estupro, e 65% das situações ocorreu com mulheres negras. Buscando resolver essa questão, o presidente Lula lançou o Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (Pronasci) em 2007, cuja meta era reduzir pela metade o número de homicídios até 2012, fechando parcerias com municípios para montar programas sociais direcionados para jovens de 15 a 29 anos. Contudo, o orçamento de R\$6,2 bilhões acabou sendo diluído em mais de quase 200 municípios, alguns, inclusive, sem indícios de violência descontrolada, o que tornou o programa subfinanciado e ineficiente.

O governo seguinte, de Dilma Rousseff, decidiu abandonar por completo o Pronasci e criar outro plano do zero, o Brasil Mais Seguro, lançado em 2012 em meio ao envio de tropas federais para conter uma onda de assassinatos em Alagoas, medida que ia de encontro às propostas de priorizar a prevenção e não a repressão, do plano anterior. Três anos depois, com o crescente aumento de assassinatos no país inteiro (Em 2014, o Brasil ocupava o décimo lugar na lista de mais assassinatos por habitante na Organização das Nações Unidas - ONU) e um aumento de 69% das despesas do setor em relação a 2002, segundo o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, a presidente lançou um segundo programa, que parou no Congresso devido ao impeachment.

No início de 2017, uma sequência de rebeliões em presídios de Manaus, Boa Vista e Natal deixaram 119 mortos e foram sequenciadas por uma greve policial em Vitória, por melhores salários, que acabou incentivando meliantes a aproveitar a oportunidade para agir sem o risco de serem pegos. Apenas nas primeiras 24h foram cometidos 40 assassinatos. A situação fez com que o governo Temer, em parceria com o Ministério da Justiça, lançasse a sua sexta tentativa de Plano Nacional de Segurança Pública desde 2000. Entre as suas 70 medidas, estava o reforço do narcotráfico nas fronteiras, a abertura de 25 mil vagas em presídios estaduais e aportes para a modernização das polícias. Já a questão salarial foi resolvida com o

envio de tropas armadas federais para conter as manifestações. Neste ano, o Brasil bateu o recorde nacional de mortes.

No ano seguinte, o presidente criou o Ministério Extraordinário da Segurança Pública e lançou a Medida Provisória nº 841/2018 para viabilizá-lo. A MP altera a lei do FNSP, determinando que os valores do fundo não poderão mais ser contingenciados e que os lucros provenientes das loterias seriam redirecionados para a segurança pública. Além disso, determinava um corte de orçamento dos ministérios de Esporte e Cultura, ambos com fortes políticas públicas de prevenção da violência, a partir de 2019, para suprir as demandas do novo ministério. No ano seguinte, o novo ministro da Justiça e Segurança Pública, Sergio Moro, apresentou o chamado pacote anticrime para ser votado no plenário, que prevê a possibilidade de acordo quando o acusado confessa crime com pena de até 4 anos, desde que praticado sem violência, e a separação de processos com foro privilegiado, ambas medidas cuja intenção é descongestionar os serviços judiciários, mas que correm o risco de fortalecer o crime organizado. Além disso, a posse de armas será facilitada e o excludente de ilicitude será ampliado para termos genéricos como risco iminente ou impacto de forte emoção, o que, na prática, significa que qualquer disparo policial pode ser legalizado; situação que pode piorar ainda mais a letalidade policial no Brasil, que em 2017 foi de 5.144 pessoas, ou seja, um brasileiro a cada duas horas.

Agora, por fim, analisados todos os serviços básicos que garantem a qualidade de vida das populações locais, é preciso compreender a infraestrutura específica de turismo. O *Anuário Estatístico de Turismo 2018*, do Ministério do Turismo, contabiliza, entre outras coisas, a distribuição por estado de agências de turismo; oferta hoteleira; acampamentos turísticos; restaurantes, bares e similares que disponibilizam infraestrutura para eventos; parques temáticos; transportadoras turísticas; locadoras de veículos; organizadoras de eventos e prestadoras de serviços de infraestrutura para eventos. Esses dados permitem identificar como anda a disponibilidade de infraestrutura de recepção específica para turistas em cada parte do Brasil e é possível perceber que o padrão de centralização identificado no projeto da SPI se repete novamente: enquanto o mercado no Sudeste é bem estruturado, seu entorno mais próximo (Sul e Nordeste) ainda é pouco desenvolvido e as regiões mais afastadas (Centro-Oeste e Norte) quase não atuam no setor.

Se tratando de agências de turismo, os mercados da região Norte e da Centro-Oeste ainda estão muito incipientes, com 1084 e 1455 empresas registradas, respectivamente, sendo que nos últimos dois anos, mais de 200 negócios fecharam na zona central do país, o que indica um baixo interesse da demanda nacional em visitá-la, um mercado local pouco movimentado, custos elevados de manutenção e, conseqüentemente de prestação de serviços, além de pouca infraestrutura de apoio nos pontos turísticos, o que gera gastos e preocupações maiores para os empresários que ali desejam investir. O Sul e o Nordeste estão estáveis na faixa das 3 mil agências registradas, caracterizando mercados em processo de desenvolvimento, com demanda garantida e potencial de diversificação, assistência pública e baixa concorrência, propícios para grandes investimentos e exploração de novas oportunidades. Já o Sudeste tem registradas mais de 1500 agências, com média de crescimento de 300 ao ano, o que mostra um ambiente de concorrência saudável, alta demanda, diversificação de propostas e especialização de serviços. É um mercado consolidado, mas que ainda não está saturado e aparenta ter bastante espaço para pequenos e médios negócios com focos específicos e propostas de parceria.

Os padrões se repetem também quando o assunto é hospedagem: enquanto o Norte ainda é muito incipiente, com um pouco menos de 27 mil estabelecimentos registrados, o Centro-Oeste segue oscilando na faixa dos 40 mil estabelecimentos de acordo com as crises financeiras nacionais, Sul e Nordeste seguem estáveis nas faixas de 75 mil e 95 mil estabelecimentos, respectivamente, enquanto o Sudeste passa dos 200 mil registros. Contudo, com a análise dos novos dados, fica claro que a movimentação de visitantes no centro do país é muito mais motivada por assuntos econômicos do que pelo interesse turístico, visto que as agências propriamente ditas têm perdido espaço de maneira constante, enquanto as hospedagens flutuam de acordo com a economia. A situação da infraestrutura de eventos também reforça essa ideia, visto que a presença de empresas nesse sentido é incipiente no Norte e bem desenvolvida no Sudeste, contudo, o Centro-Oeste acompanha o crescimento do Sul e do Nordeste apresentado nos últimos anos. No mais, Locadoras de veículos têm perdido espaço para transportadoras turísticas em todo o território nacional, mas ambas mantêm as mesmas proporções de hospedagem.

O auxílio público, contudo, não tem sido muito efetivo no setor, devido aos baixos orçamentos da pasta de Turismo. Desde sua criação, o montante de dinheiro disponível sempre esteve bem abaixo de quase todos os demais ministérios, ficando à frente somente da pasta de esportes. Em 2003, enquanto todos os órgãos receberam na casa dos bilhões, essas duas pastas, que ainda estavam juntas, receberam pouco mais de R\$ 750 milhões para dividir entre as duas atividades, como é possível observar na Figura 67. Um ano depois, turismo e esporte, já separados, receberam respectivamente R\$200 milhões e R\$122 milhões para passar o ano. Tirando o Ministério da Cultura, que também tem sido pouco valorizado em sua história e recebeu R\$220 milhões em 2004, a pasta com orçamento mais baixo foi a do Meio Ambiente, com mais do que o dobro do Turismo (R\$411 milhões).

Figura 67 - Orçamentos previstos na Lei Orçamentária Anual de 2003 para os Ministérios

22000 - MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO	5.857.753.269
24000 - MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA	3.326.826.823
25000 - MINISTÉRIO DA FAZENDA	9.762.048.203
26000 - MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO	18.037.343.186
28000 - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR	1.196.305.172
30000 - MINISTÉRIO DA JUSTIÇA	4.318.685.385
32000 - MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA	2.956.800.285
33000 - MINISTÉRIO DA PREVIDÊNCIA E ASSISTÊNCIA SOCIAL	109.800.374.938
34000 - MINISTÉRIO PÚBLICO DA UNIÃO	1.456.724.000
35000 - MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES	1.052.362.826
36000 - MINISTÉRIO DA SAÚDE	30.590.984.324
38000 - MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (Exclusivo o dispositivo no artigo 239 Parágrafo I da Constituição)	15.691.341.632
39000 - MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES (Exclusivo Fundo da Marinha Mercante)	11.358.389.926
41000 - MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES	2.114.000.990
42000 - MINISTÉRIO DA CULTURA	388.570.321
44000 - MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE	1.368.089.362
47000 - MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO	3.451.359.745
49000 - MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO	2.144.705.771
51000 - MINISTÉRIO DO ESPORTE E TURISMO	750.065.407
52000 - MINISTÉRIO DA DEFESA	28.084.364.562
53000 - MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO NACIONAL (Exclusivo Fundos Constitucionais)	3.809.650.172

Fonte: Anexo de principais quadros do orçamento/PLOA 2003

Em 2006, o orçamento previsto na Lei Orçamentária Anual para o turismo dobrou em relação ao ano anterior, subindo para R\$721,1 milhões, e se manteve na faixa dos R\$800 milhões até 2011, mas ainda assim, ficava em segundo na lista de pastas com os menores orçamentos, atrás somente do Ministério da Pesca. A partir de 2012, o montante tornou a reduzir, caindo para R\$ 734 milhões, dois anos depois para R\$611 milhões, em 2015 para R\$450 milhões. Ao todo, entre 2003 e 2015, o Ministério do Turismo investiu R\$ 8,7 bilhões em infraestrutura turística, o que equivale

a 0,4% do PIB nacional para o mesmo período. As obras também foram todas de pequena escala, voltadas para a pavimentação de vias, sinalização de destinos turísticos, e construção de pórticos, centros de atendimento ao turista e centros de convenções.

A pasta tem sobrevivido nos últimos anos graças a emendas parlamentares, que conseguem ampliar bastante o previsto no texto final da LOA: em 2017, o projeto chegou com previsão de R\$342,9 milhões na casa e foi aprovado com R\$815 milhões e o mesmo aconteceu no ano seguinte, saindo de R\$597 milhões para R\$1,11 bilhão. Nos dois anos de fatura, o Mtur aproveitou para reestruturar o Fundo Geral de Turismo (Fungetur) e realizar um reforço de caixa de mais de R\$ 243 milhões, mais de 5 vezes o total em caixa até então. Desse dinheiro, até 2018, cerca de R\$110 milhões foram credenciados por agentes financeiros para empreendimentos turísticos privados de micro, pequenas e médias empresas, em oito estados da federação (ES, MG, MT, SE, PR, RS, SC e SP). Os projetos contemplados são voltados principalmente para hospedagens, transportadoras turísticas, bares, restaurantes e cervejarias, e geraram 3 mil novos postos de trabalho.

O Governo Federal também incluiu alguns projetos da pasta no Programa Agora, É Avançar, de 2017. Ao todo, foram 22 obras atendidas pela iniciativa, voltadas para a construção de centros de convenções, reformas e estruturação de vias, com o aporte de R\$ 736,3 milhões. Além, desses, o programa garantiu investimentos em 43 aeroportos e 11 regiões portuárias, ações que também irão gerar impacto na infraestrutura do setor quando finalizadas. No mesmo ano, foi lançado o Brasil+Turismo, um pacote de medidas legislativas, com o intuito de fortalecer o setor no país, melhorar destinos nacionais, proporcionar o desenvolvimento regional e aumentar a participação econômica do turismo. As principais metas do projeto são: dobrar a quantidade de turistas estrangeiros no país, de 6,5 milhões em 2016 para 12 milhões em 2022, fazendo com que a receita gerada pelos visitantes saia de US\$ 6 bilhões para US\$19 bilhões no mesmo período de tempo; a inserção de mais 40 milhões de brasileiros no mercado consumidor de viagens, um total de 100 milhões até 2022; e a criação de mais 6 milhões de postos de emprego, atingindo a marca dos 13 milhões no Brasil.

Entre as principais medidas, estão a liberação de visto eletrônico para os Estados Unidos, Canadá, Austrália, Japão, Catar e Arábia Saudita; a abertura total de aviação para o capital estrangeiro, para aumentar a competitividade, o número de rotas e a quantidade de turistas; a atualização regular, a cada dois anos, do mapa do turismo brasileiro, que orienta a criação de políticas públicas; entrega de áreas de domínio da União com potencial para desenvolvimento do turismo para gestão, regularização e concessão pela pasta do setor, o que permitirá um aumento das parcerias público-privadas, a atração de investimentos e a regularização dos empreendimentos já existentes; simplificação da cobrança de impostos para parques temáticos e intensificação da fiscalização de transportes turísticos, para que eles estejam devidamente cadastrados no Cadastur, medida que pretende reduzir a informalidade e contribuir para a profissionalização da atividade turística, além de facilitar o mapeamento de fluxo turístico terrestre e auxiliar na criação de políticas públicas.

O Brasil+Turismo também criou três programas educacionais para especializações no setor: o Mediotec Turismo e Hospitalidade, um conjunto de 7 cursos técnicos com 10 mil vagas para todo o Brasil; a Plataforma Braços Abertos, com vagas ilimitadas para curso online de receptivo turístico; e a oportunidade de qualificação internacional, com 120 vagas para alunos de instituições públicas e privadas realizarem treinamento no Reino Unido. Seis meses depois, já tinham 20 mil pessoas inscritas. Ainda como medida do programa, a Embratur foi transformada em serviço social autônomo, passando a se chamar Agência Brasileira de Promoção do Turismo. Hoje, ainda não existe uma lei geral que defina serviços sociais autônomos, como devem ser criados ou como devem funcionar, então essas questões são definidas pela própria lei de criação de cada um e a fiscalização dos seus serviços é realizada pelo Ministério correspondente, em parceria com o Tribunal de Contas da União (TCU). Isso permite uma maior agilidade e autonomia para a entidade, que agora tem mais liberdade para o desenvolvimento de ações, parcerias, gestão de pessoal e aquisição de serviços no exterior.

O pacote de medidas realizou, por fim, uma adequação da legislação brasileira à dinâmica atual do turismo, desburocratizando processos e garantindo maior integração com a iniciativa privada. Ao todo, foram 118 propostas, aprovadas no dia

20 de março de 2019, que geraram as seguintes mudanças: o Poder Público Federal agora pode criar áreas de interesse turístico, para facilitar a atração de investimentos; MTur e Embratur poderão realizar parcerias privadas para ações de marketing; meios de hospedagem não precisam mais pagar direitos autorais das músicas executadas nos quartos e agora albergues e hostels foram incluídos nessa categoria; operadores de cruzeiros aquaviários foram reconhecidos como prestadores de serviços turísticos e beneficiários da Política Nacional de Turismo; e reconhece a Associação Nacional dos Secretários e Dirigentes de Turismo (Anseditur) como membro do Sistema Nacional de Turismo e como entidade de representação nacional de órgãos municipais.

Ainda em 2017, os Órgãos Estaduais de Turismo receberam um repasse de R\$5,4 milhões para estruturarem suas regiões turísticas, com a elaboração de Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, planos de marketing, planos de fortalecimento institucional, elaboração da Avaliação Ambiental Estratégica do Prodetur Nacional, formação e fortalecimento de redes colaborativas e elaboração de projetos executivos para ações estruturantes. O Ministro do Turismo Marx Beltrão apontou, em evento no mesmo ano, que os próximos passos da pasta seriam: a produção do Guia Nacional de Sinalização Turística, melhor aproveitamento dos Parques Nacionais, regulamentação dos voos charter<sup>58</sup>, redução de custos dos cruzeiros marítimos, isenção de impostos para compra de equipamentos para parques temáticos, regulamentação especial para plataformas de economia compartilhada, como o Airbnb e o desenvolvimento de um aplicativo com informações turísticas dos destinos brasileiros.

Um ano depois, Beltrão lançou o Programa de Desenvolvimento e Estruturação do Turismo (Prodetur + Turismo), para apoiar estados e municípios no acesso a linhas de financiamento de instituições como o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o Banco de Desenvolvimento da América Latina (CAF) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Foram disponibilizados R\$5 bilhões

---

<sup>58</sup> Voo Charter, segundo a Wikipédia: Um voo charter é efectuado por uma companhia aérea que leva "a carga ou o passageiro" de uma outra companhia que fica fora da sua operação normal ou regular. Existem companhias dedicadas inteiramente a este tipo de voos como, por exemplo, a White Airways ou a Monarch Airlines. Habitualmente são voos fretados por empresas ou clientes individuais, para destinos de negócios ou turísticos, e aeroportos secundários.

para projetos de infraestrutura turística, saneamento básico, gestão e avaliação ambiental, transporte, mobilidade urbana, qualificação de pessoal, promoção e apoio à comercialização, pesquisa e inovação no setor, empreendedorismo e parcerias público-privadas. Para acessar os recursos, é preciso integrar o Mapa do Turismo Brasileiro e as propostas selecionadas também podem ser apoiadas técnica e financeiramente pelo próprio Mtur.

O Ministro Marcelo Álvaro Antônio, que assumiu em 2019, escolhido pelo governo Bolsonaro, se mostrou favorável à continuação dos projetos já existentes em seu discurso de posse, contudo, a pasta teve 50,24% de cortes em relação ao ano anterior, retornando ao posto de segundo ministério na lista de menores orçamentos, situação que dificulta muito o suporte aos programas em andamento. Além disso, o próprio ministro tem sido investigado por patrocínio de laranjas<sup>59</sup> em nome do Partido Social Liberal (PSL) no estado de Minas Gerais durante as eleições de 2018. O relatório<sup>60</sup> do Conselho de Controle de Atividades Financeiras do Ministério da Fazenda, publicado em 17 de maio de 2019, apontou operações atípicas nas contas do ministro, no valor de R\$1,96 milhão, consideradas “incompatíveis com o patrimônio, a atividade econômica ou ocupação profissional e a capacidade financeira do cliente”, e três dias antes, o próprio contador<sup>61</sup> de campanha afirmou que cuidou da prestação de contas de quatro candidatas do PSL de Minas, consideradas laranjas<sup>62</sup>. A situação faz com que o futuro da pasta seja imprevisível e relativamente instável, dificultando uma garantia de que os atuais projetos recebam continuidade.

---

<sup>59</sup> Laranja, segundo o G1: “Frequentemente utilizado para se referir a alguém que “empresta” o nome para ocultar a origem ou o destinatário de dinheiro ilícito, especialmente em operações que investigam crimes de lavagem de dinheiro e corrupção, o termo “laranja”, um jargão entre policiais, tem origem incerta”. Matéria “Uso do termo 'laranja' para designar ocultação de bens tem origem incerta”, do dia 31 de janeiro de 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/01/uso-do-termo-laranja-para-designar-ocultacao-de-bens-tem-origem-incerta.html>> Acesso em: 25/05/2019.

<sup>60</sup> Matéria “Coaf aponta operações bancárias suspeitas de Ministro do Turismo”, do dia 17 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/coaf-aponta-operacoes-bancarias-suspeitas-de-ministro-do-turismo.shtml>> Acesso em: 25/05/2019.

<sup>61</sup> Matéria “Contador envolve irmão de ministro do Turismo em esquema de laranjas”, do dia 14 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/contador-envolve-irmao-de-ministro-do-turismo-em-esquema-de-laranjas.shtml>> Acesso em: 25/05/2019.

<sup>62</sup> Matéria “Entenda as evidências e as versões dos envolvidos em esquema de laranjas do PSL”, do dia 11 de fevereiro de 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/02/entenda-as-evidencias-e-as-versoes-dos-envolvidos-em-esquema-de-laranjas-do-psl.shtml>> Acesso em: 25/05/2019.

Contudo, caso haja uma troca de Ministros, é provável que o direcionamento seja parecido com o anterior, visto que será escolhido pelo mesmo presidente.

### **4.3 Infraestrutura de Comunicação**

A presença de infra-estrutura de comunicação é um dos principais fatores que determinam a produtividade e a competitividade das cidades. No que se refere à indústria turística, é o que coloca as diferentes localidades em contato direto com os mais diferentes mercados consumidores, além de proporcionar conforto durante a estadia de visitantes. Uma maior difusão de estruturas de comunicação pode significar importantes ganhos em marketing e disponibilidade de informações turísticas, especialmente de pequenos e médios negócios. A saber:

O setor de telecomunicações brasileiro é constituído pelas empresas de transmissão, emissão ou recepção de símbolos, caracteres, sinais, escritos, imagens, sons ou informações de qualquer natureza, por fio, rádio, eletricidade, meios ópticos ou qualquer outro processo eletromagnético. A prestação de serviços de Telecomunicação é feita por agentes que detenham concessão, permissão ou autorização para tanto. Os serviços de telecomunicações incluem telefonia fixa, telefonia celular, SME (Trunking), telecomunicações por satélites, provedores de acesso à internet, transmissão e recepção de sinais de TV e rádio, serviços de instalação e outros. (GRANT THORNTON)

A partir da definição da empresa de consultoria Grant Thornton em sua publicação *Infraestrutura: oportunidades e desafios para 2025*, de maio de 2018, é possível subdividir mercado de telecomunicações em dois grandes tipos de serviço prestados ao consumidor: aqueles voltados para a comunicação individual, como telefonia e internet; e aqueles voltados para a transmissão de informações às massas, novamente a internet, e canais de rádio e TV. Os primeiros dizem respeito à possibilidade de realizar contatos, tanto com parentes, amigos e pessoas de seus ambientes de trabalho, quanto com prestadores (ou consumidores) de serviços e demais pessoas externas à comunidade do local em que se encontra. Já o segundo tipo representa o acesso às notícias, tanto locais quanto nacionais e internacionais, uma coletânea dos assuntos mais relevantes e atuais de interesse social.

O setor de telecomunicações no Brasil surgiu em 1877, quando o primeiro aparelho de telefone<sup>63</sup> foi fabricado e instalado no Palácio Imperial de São Cristóvão, especialmente para D. Pedro II. Dois anos mais tarde foi realizada a primeira concessão de rede telefônica e, em 1883, a primeira companhia telefônica nacional, Companhia Telefônica Brasileira (CTB), já possuía cinco estações com mil assinantes cada; a novidade se espalhou e foram realizadas concessões em São Paulo, Campinas, Florianópolis, Ouro Preto, Curitiba e Fortaleza; e a primeira linha interurbana foi construída, ligando o Rio de Janeiro a Petrópolis. Ao final da década, a tecnologia havia se espalhado pelas outras regiões do país e em 1889 haviam 160 mil aparelhos em todo o Brasil. Contudo, a situação se desenvolveu de maneira desordenada até meados de 1950: as concessões dos serviços eram distribuídas indistintamente pelos governos federal, estaduais e municipais; o que resultou no surgimento de diversas empresas operadoras com custos extremamente altos, nenhum compromisso com a qualidade dos serviços e grandes dificuldades operacionais e de interligação.

Nesse meio tempo, o rádio foi inventado na Europa em 1920 e, dois anos depois, ocorria a primeira demonstração pública de transmissão no Rio de Janeiro, para os visitantes da Exposição Nacional em comemoração ao Centenário da Independência e para os passantes das principais praças da cidade, nas quais foram instalados 80 aparelhos receptores. A programação foi um discurso do presidente Epitácio Pessoa, acompanhada de trechos da Ópera O Guarany, de Carlos Gomes, executada ao vivo no Teatro Municipal. Em um ano, estavam sendo concedidos canais de rádio para sociedades e clubes modernistas que desejavam difundir a cultura e promover a integração nacional. Os associados pagavam uma mensalidade e podiam adquirir as peças para montar seus próprios aparelhos - cristal de galena, indutor, condensador variável de sintonia e fones de ouvido - além de serem convidados a emprestar seus discos em vinil para contribuir com a programação. Em troca, os locutores agradeciam ao associado ao anunciar a música cedida.

Vinte anos mais tarde, o então presidente Eurico Gaspar Dutra distribuía as primeiras concessões de canais de TV e construía o primeiro transmissor do Brasil.

---

<sup>63</sup> É importante ressaltar que cartas e serviços de comunicação impressa não se encaixam no setor, por seu acesso depender apenas de transporte físico e não de uma rede de transmissores somados a um espectro acessível de canais de ondas eletromagnéticas.

Em setembro de 1950, foram espalhados aparelhos televisores pela cidade de São Paulo e foi inaugurada a televisão no Brasil, com um show exibido pela TV Tupi que contava com vários artistas famosos da época, como Inezita Barroso, Wilma Bentivegna, Lolita Rodrigues, Airton Rodrigues e Lima Duarte. Nos anos seguintes, foram distribuídas diversas concessões de alcance estadual e, em 1955, foi criada a Comissão Permanente de Comunicações do Estado Maior das Forças Armadas, um grupo de estudos formado por militares e profissionais de telefonia, que consistia na primeira iniciativa governamental de abordar o setor de maneira estratégica.

Com o Plano de Metas de Juscelino Kubitschek, todos os aparelhos de comunicação existentes até então - telefone, rádio e TV - passaram a receber restrições de importação e a serem produzidos em território nacional, o que barateou os custos e popularizou esses produtos. Um dos principais objetivos deste mandato era a interiorização do desenvolvimento e, para isso, era necessário desenvolver um sistema nacional, para facilitar a difusão de informações e facilitar a integração do território. O primeiro passo nesse sentido foi a aprovação da Lei 4.117/62, que instituiu o Código Brasileiro de Comunicação, colocando os serviços telefônicos novamente sob o controle federal, definindo a política básica de telecomunicações, assim como a sistemática tarifária e o planejamento de um Sistema Nacional de Telecomunicações. Em seguida, foi criado o Conselho Nacional de Telecomunicações (Contel), subordinado à presidência, cujas atribuições eram coordenar, supervisionar e regular o setor. Depois, foi criada a Empresa Brasileira de Telecomunicações S/A (Embratel), com a finalidade de ligar as capitais e as principais cidades do país com o sistema de Discagem Direta à Distância (DDD).

Com o golpe militar, aumentaram os investimentos federais no setor: em 1967, foram criados o Ministério das Comunicações, que abrangeu os serviços e concessões, iniciando um sistema institucionalizado de telecomunicações, e o Fundo Nacional de Telecomunicações, para financiar a Embratel. Além disso, no mesmo ano, o Brasil passou a fazer parte do Sistema Internacional de Telecomunicações por Satélite (Intelsat). Dois anos depois, entrava em funcionamento a estação terrena Tanguá I, que transmitiu ao vivo a bênção do Papa Paulo VI diretamente do Vaticano, o lançamento da Apollo IX e a Copa do Mundo de Futebol no México. Em 1970, aproximadamente 4 milhões de lares possuíam um aparelho de TV, o que dava

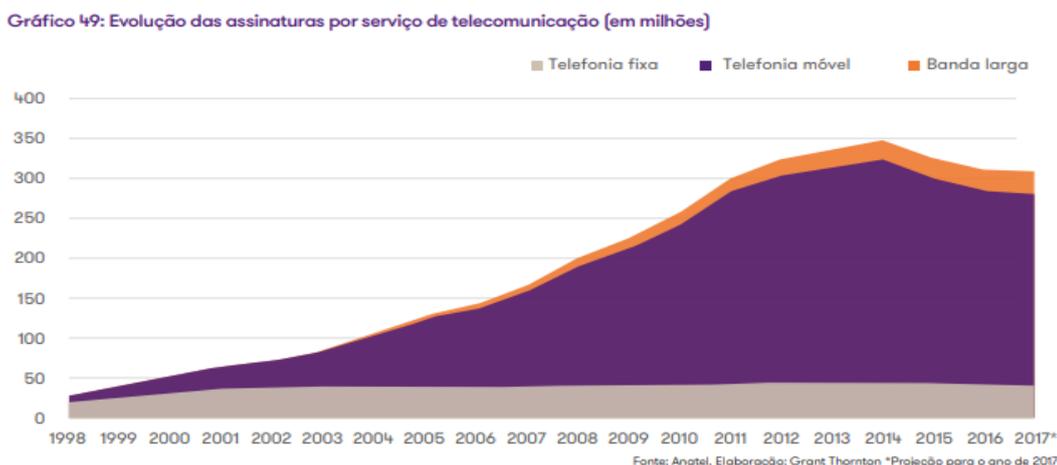
acesso a 25 milhões de pessoas em todo o país e a Telebrás (O conjunto de empresas estatais e municipais que prestavam serviços de telefonia de forma isolada, mais a Embratel) havia expandido a planta telefônica de 1,4 milhões para 5 milhões de terminais instalados. Ou seja, mais de 26% da população tinha acesso ao telefone e à televisão.

A década seguinte foi marcada pela ampla comercialização de telefones sem fio e dos chamados computadores domésticos; pelo estabelecimento das emissoras de TV como conhecemos hoje; e pelo primeiro contato do país com a internet: em 1988, o Laboratório Nacional de Computação Científica fez contato com a Universidade de Maryland através de uma rede de troca de mensagens. Um ano depois, foi criada a Rede Nacional de Pesquisa (RNP), com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que fornecia acesso à internet para aproximadamente 600 instituições educacionais e governamentais, para transferência de arquivos, debates e acesso a diferentes bases de dados nacionais e internacionais. Nesse tempo, o acesso à televisão também dobrou, para 55% da população. Em 1990, começou a ser comercializado o primeiro aparelho de celular no Brasil, apelidado de tijolão, através da empresa Telerj, que instalou 30 estações de rádio no Rio de Janeiro, com capacidade para 10 mil terminais de acesso. Cinco anos mais tarde, surgiram os primeiros portais privados de navegação na internet, o Zaz e o Uol.

Em 1998, o setor passou por uma profunda transformação, resultado da política de privatização de empresas estatais, iniciadas no governo FHC. A Telebrás sofreu um processo de desmembramento e a privatização, por meio de um leilão que exigiu a realização de pesados investimentos na universalização da telefonia fixa e na disseminação da telefonia celular em troca da outorga. E esse investimento em acesso às novas tecnologias tornou o serviço mais barato e mais veloz, enquanto na década de 1970, instalar um telefone na casa de alguém chegava a custar US\$5 mil, com a privatização esse valor caiu para US\$20. Alguns anos depois, a tarifa básica também desapareceu e as pessoas passaram a pagar somente pelas ligações. E se tratando de telefonia móvel, o país tinha cerca de 4,5 milhões de celulares no ano do leilão e, em 2003, essa quantia já ultrapassava os 130 milhões, segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

E esse mercado continua a crescer exponencialmente, apesar da incidência de altas taxas sobre o serviço. Em 2012, por exemplo, as empresas do setor pagaram R\$61 bilhões em impostos, mas as tarifas cobradas dos usuários registraram uma redução de 57% em relação aos cinco anos anteriores, o que aumentou drasticamente a base de clientes, tornando o Brasil o quarto país do mundo com maior quantidade de celulares em 2015, com 1,37 linha por cidadão. Segundo o Ibge, no mesmo ano, metade dos domicílios brasileiros utilizava o celular como principal meio de comunicação, por apresentarem tarifas mais acessíveis do que a telefonia fixa e também maior praticidade. As operadoras, inclusive, têm investido na cobertura de cidades mais interioranas do país, especialmente onde a infraestrutura fixa não está disponível. Desde a privatização, o PIB per capita aumentou 24,7%, enquanto, no mesmo período, a densidade de telefones fixos aumentou 78,2% e a de telefones celulares aumentou 2.563,4%. A Figura 68 mostra a evolução de assinaturas de serviço, tanto de telefonia fixa, quanto móvel e banda larga.

Figura 68 - histórico de assinaturas por serviços de telecomunicação



Fonte: *Infraestrutura: oportunidades e desafios*/ Grant Thornton

A inclusão digital da população também tem ocorrido graças à popularização dos celulares, que hoje oferecem banda larga móvel e representavam 78% dos acessos à internet no Brasil em 2015. Até 2022, a previsão é de que o serviço móvel cresça 4,1% e a comunicação de dados (internet móvel) irá avançar 1,9%, enquanto a telefonia fixa cairá 5,9% nesse intervalo, segundo os estudos da Grant Thornton.

Metade dos brasileiros já está conectada à rede, contudo, o acesso não tem acompanhado o avanço da tecnologia, o Brasil está em 54º lugar no ranking de Índice de Desenvolvimento de TI, produzido pela ONU, o que revela que a população ainda tem pouco contato com soluções e novidades de tecnologia, apesar de ter subido 9 posições desde 2002. O principal exemplo disso é o fato de que o 3G começou a ser implementado no Brasil em 2008, mas quatro anos depois ainda não estava consolidado no mercado e já estavam ocorrendo as primeiras instalações 4G. A implementação da nova rede foi acelerada pelo governo e pelos serviços regulatórios para atender as necessidades das cidades-sede da Copa do Mundo de 2014, mas mesmo assim, apenas 44% da população tinha acesso até a data do evento, enquanto o 3G ainda abarcava 93,8% dos acessos. Enquanto isso, a tecnologia 5G, já disponível em outros países, tem previsão de chegada ao Brasil apenas em 2021.

O investimento anual do setor gira em torno de R\$ 30 bilhões, acompanhando o padrão mundial das últimas duas décadas, e a previsão para os próximos anos, segundo a Grant Thornton, é de um aumento de 20%, devido à aprovação do Projeto de Lei da Câmara nº 79, de 2016, que altera os modelos de concessão e permite que ativos de infraestrutura relacionados ao setor se tornem responsabilidade de empresas privadas. A Figura 69 apresenta a evolução dos investimentos nos últimos anos, assim como as futuras previsões. Porém, desde a privatização, as prestadoras de serviço só aprovam projetos com rentabilidade acima de 24% ao ano, o dobro do que era exigido dos projetos da estatal, o que dificulta muito a amplificação do acesso para lugares mais remotos, com baixa prospecção de clientes.

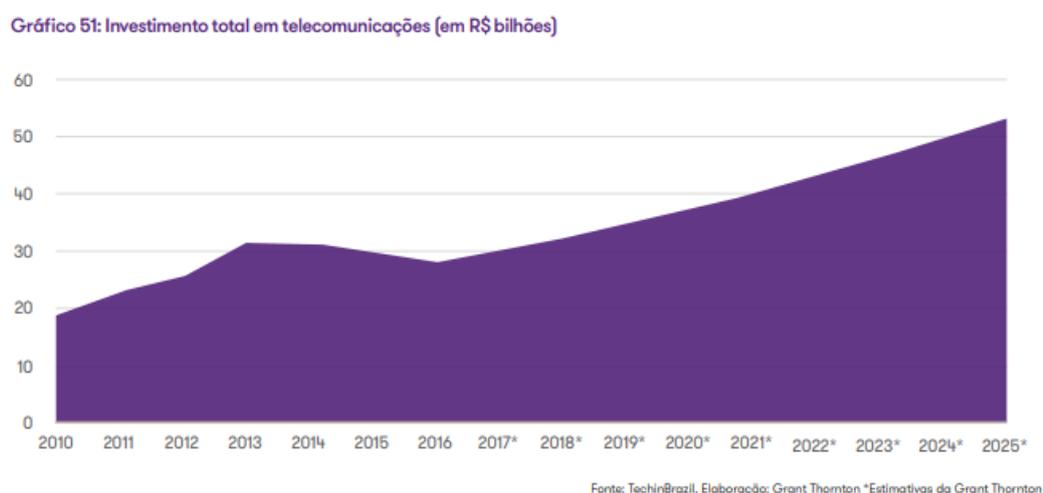
Como resultado disso, em 2019, existem 2.221 municípios brasileiros com péssima qualidade de cobertura (menos de 5 Mbps) e 2.345 não possuem rede de fibra óptica<sup>64</sup>, deixando o país em 83º lugar no quesito mundial de velocidade. Além disso, um dos casos mais comuns de reclamação das operadoras de internet é o usuário pagar 100% do valor de acesso e só usufruir de 10% da velocidade contratada. E enquanto 98% da classe mais alta do país têm acesso à uma rede de qualidade, apenas 8% das classes D e E conseguem se conectar. Essa situação não tem perspectivas de melhora, pelo fato de não haver concorrência no setor: em 2015,

---

<sup>64</sup> Saiba mais em “Como funciona a fibra óptica [infográfico]”, disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/infografico/9862-como-funciona-a-fibra-otica-infografico-.htm>> Acesso em: 23/06/2019.

cerca de 90% do mercado era dominado por um oligopólio de 8 provedores de serviços, apesar de haverem mais de 4 mil companhias autorizadas. E por mais que a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) tenha tomado várias medidas para incentivar a concorrência, tais como as novas regras de tarifa para baratear ligações entre operadoras diferentes, ainda há pouco incentivo para a entrada de novos players. Isso faz com que as empresas fiquem acomodadas e não precisem melhorar a qualidade de seus serviços para a captação de novos clientes.

Figura 69 - Histórico de investimentos no setor de telecomunicações



Fonte: *Infraestrutura: oportunidades e desafios*/Grant Thornton

A situação dos canais de rádio e TV também é semelhante. Apesar de o acesso ao primeiro estar universalizado e 97% da população ter um aparelho televisivo em casa, sendo considerado o meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2014, a incidência desses meios de comunicação em municípios com até 5 mil habitantes é extremamente reduzido em relação àqueles com mais de 500 mil habitantes. Em escala nacional, o Norte e o Nordeste apresentam médias inferiores à nacional, enquanto as demais regiões possuem índices bem elevados, o que reflete, novamente, a desigualdade social do

país. Um estudo<sup>65</sup> do Reuters Institute com a Universidade de Oxford, realizado em 2017 com 28 países, apontou que o percentual de pessoas que não confiam na mídia superou, pela primeira vez, o das pessoas que confiam. No Brasil, essa confiança caiu de 54% para 48% em um ano e entre os principais motivos estão a falta de identificação com os conteúdos - os espectadores não se sentem representados - e a percepção de jogos de interesse por parte das empresas de mídia. A maioria dos municípios brasileiros está subordinada a um regime de informação de mão única e em 90% das cidades do país, a população não se vê representada, porque a programação é toda gerada no eixo Rio-São Paulo ou, no máximo, na capital do estado. Não há espaço para o conteúdo regional, a TV a cabo só é acessada 6,1% das casas e em quase metade das localidades só chega de um a três canais das grandes redes nacionais, sendo que estas na verdade se totalizam em outro oligopólio, de apenas cinco: Globo, SBT, Record, Bandeirantes e Rede TV.

Esse problema de concentração em todos os segmentos se dá pelo fato de, desde o início da regulamentação do setor, com o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), as regras foram determinadas pelos radiodifusores, ou seja, pessoas que pensam a comunicação como um negócio e não como um direito da população. Enquanto outros países, como Estados Unidos, Inglaterra e França, determinavam a pluralidade de fontes de informação, a lei brasileira não traz nenhum limite à concentração dos meios de comunicação e nem busca fortalecer um serviço público de rádio e TV. Pluralismo e diversidade foram conceitos completamente ignorados até a Constituição de 1988, que determinou o tempo de concessão como sendo de 15 anos, com possibilidade de renovação desde que a programação privilegiasse a educação, a cultura regional e a informação; que a empresa não formasse oligopólios de propriedade e outras metas de cunho moral, financeiro e fiscal. Porém, o texto legislativo é fraco e cheio de brechas, então não há fiscalização e muito menos punição para quem descumpra os termos do contrato. Muito pelo contrário, as emissoras transmitem suas programações sem prestar contas ao poder público e extrapolam a validade de suas concessões em quase duas vezes o prazo,

---

<sup>65</sup> Informação retirada do estudo “O direito à comunicação e os desafios da regulação dos meios”, de 2018, p. 174. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gal/n38/1519-311X-gal-38-0167.pdf>> Acesso em: 24/06/2019.

e continuam funcionando. Em momento algum essas outorgas são questionadas pelo poder concedente e os canais acabam sendo tratados como propriedades privadas.

Outro grande problema é que a Constituição só permite a cassação, ou seja, o cancelamento de um canal de rádio ou TV, por ação judicial. Logo, por mais que as empresas cometam erros graves e descumpram seus contratos, não existem instrumentos legais de coibição, a não ser aguardar o término do prazo de outorga e fazer com que dois quintos do Congresso votem pelo cancelamento do serviço e não renovem a outorga. Mas essa saída é praticamente impossível de ocorrer, visto que boa parte dos canais brasileiros são controlados por deputados e senadores e boa parte deles possui vínculos com alguma das cinco redes nacionais. Assim, em 2007, o cenário montado a partir de dados do Fórum Nacional de Democratização da Comunicação (Fndc), da Anatel e do Ministério das Comunicações, era o seguinte: 173 emissoras de TV com outorga vencida, além de 80 rádios FM e 73 AM com prazos de concessão expirados. 12 anos depois, a programação se mantém exatamente a mesma, apenas com mais contratos vencidos e impunes.

A ideia de direito social à comunicação começou a ser debatida pela Organização das Nações Unidas para a Educação Ciência e Cultura (Unesco) no final da década de 1960 e duas décadas depois ele foi classificado como essencial para o exercício da democracia: era preciso haver uma circulação de informação de mão dupla, com a participação da população na definição das agendas, com intercâmbio livre de possibilidades para garantir as liberdades já conquistadas. O chamado Relatório MacBride apresentou um diagnóstico do setor, sobre o desequilíbrio no fluxo de informação, da concentração dos meios e da formação de oligopólios; e sugeriu como estratégia para um novo modelo de comunicação global, um processo mais horizontal, que valorize o diálogo, as diferentes culturas e a democracia, a partir de políticas públicas de inclusão.

O Brasil, por outro lado, apesar de ter um capítulo sobre comunicação na Constituição de 1988, só estão expressos os direitos à liberdade de expressão, criação e informação. A comunicação só deixou de ser vista exclusivamente como um serviço em 2009, com o Decreto nº 7,037/09, que instituiu a terceira edição do Programa Nacional de Direitos Humanos, cuja diretriz 22 garante o direito à “comunicação democrática e ao acesso à informação para a consolidação de uma

cultura em Direitos Humanos” (PNDH-3). Só então, é que começou-se a falar sobre multiplicidade de vozes e sobre a liberdade que toda pessoa tem de produzir informação e ser ouvida, ao invés de só consumir informação produzida por outrem. A partir daí, algumas propostas foram feitas a fim de superar os vazios normativos e regulamentar os princípios constitucionais, e elas estão reunidas no Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica, mais conhecido como Projeto de Lei da Mídia Democrática<sup>66</sup>, consolidado em 2011 no Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (Fndc), assumindo o formato de marco regulatório. Algumas medidas são o estabelecimento de um mínimo de 70% da programação voltada para produção nacional e a determinação de que uma mesma empresa não poderá controlar mais do que cinco emissoras em território nacional. Mas esse texto nunca chegou ao plenário.

Ainda em 2011, o Partido dos Trabalhadores (PT) conseguiu aprovar uma moção para a elaboração de um outro marco regulatório para as comunicações, que tivesse como princípios a liberdade de expressão da imprensa, a vedação da censura, a garantia dos direitos do cidadão, da criança e do adolescente, a pluralidade de fontes de informação, o fortalecimento da cultura brasileira e da produção audiovisual independente, o acesso às redes de comunicação, o apoio às redes públicas e comunitárias, a participação da sociedade na elaboração de políticas pública e a desconcentração do setor. Contudo, o único projeto elaborado nesse sentido foi o PLC 79/2016, que acaba com as licitações de frequências de rádio e TV e com as concessões de telefonia fixa, permitindo a venda e a entrada de investimento internacional. Mas, nem esse conseguiu espaço na agenda do Senado Federal, apesar das pressões externas dos empresários interessados e até hoje não foi votado.

A saída encontrada pelo partido e pelos movimentos sociais para burlar o sistema atual e garantir a democratização da comunicação foi investir na ampliação do acesso à internet e às novas tecnologias, visto que navegando online, as pessoas conseguem acesso a qualquer tipo de informação, além de serem capazes de produzir e divulgar seus próprios conteúdos. Assim, as associações de mídias comunitárias desenvolveram o Manifesto Banda Larga é Um Direito Seu!, com princípios para

---

<sup>66</sup> A íntegra do projeto está disponível em <<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/projeto-de-lei/>> Acesso em: 24/06/2019.

balizar as ações do executivo e do legislativo na regulamentação, regulação e criação de políticas públicas para o segmento. A iniciativa resultou no Plano Nacional de Banda Larga, do Governo Federal, financiado pelo Tesouro Nacional, para massificar a oferta de acesso à internet. A meta era atingir 40 milhões de acessos fixos e 60 milhões de acessos móveis à banda larga até 2016. Para isso, a Telebrás foi reestruturada e reativada para se tornar a operadora executiva do Plano e foram escolhidas 100 cidades distantes até 50km de um grande centro para a instalação de fibras ópticas. Contudo, o projeto não tornou os preços mais acessíveis e o limite de download determinado pelo plano de mídia popular estruturado em parceria com as operadoras era extremamente baixo, o que fez com que as empresas escondessem a existência dele em seus sites, pela desvantagem competitiva.

Em 2014, também foi aprovado o Marco Civil da Internet, com a Lei 12.965/14, que continha 32 artigos sobre direitos e garantias dos usuários, provisão de conexão e aplicações da internet, além da atuação do poder público. Seus principais pontos são: o princípio da neutralidade, que garante que todos os formatos de informação que trafegam na web devem ser tratados da mesma forma, navegando na mesma velocidade, a da contratação; a reserva jurisdicional, que condiciona o acesso aos registros pessoais de conexão a uma prévia decisão judicial específica; e a isenção de responsabilidade dos provedores em relação aos danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros. A Associação Nacional dos Delegados da Polícia Federal entendeu, entretanto, que o marco é inconstitucional por conceder um valor absoluto ao direito de liberdade de expressão online, comprometendo, com isso, os direitos à segurança, à resposta e à indenização por danos morais e materiais. Também foi questionada a possibilidade de venda dos logs de usuário para bancos de dados comerciais, sendo considerada uma invasão de privacidade que deixa o cidadão desamparado.

Com o passar dos anos, o marco também ficou desatualizado no que tange às novas modalidades de produto, como *streaming* e TV digital, mas nenhuma atitude foi tomada por parte dos legisladores. O que ocorreu foi que, com o intuito de cumprir as metas do PNBL, em 2016, foi o Satélite Geoestacionário de Defesa e Comunicações Estratégicas (SGDC), com duas faixas de frequência. A primeira, chamada banda Ka, é operada pela Telebrás com 70% da capacidade, para a ampliação da oferta de

banda larga; enquanto a Banda X, com os outros 30% é destinada ao uso militar. Esse é o primeiro satélite de controle nacional, os outros 45 utilizados pelo país são gerenciados por estações terrestres localizadas fora do território ou estão no controle de empresas com capital estrangeiro. Um ano depois, o BNDES realizou um estudo técnico para a elaboração do Plano Nacional de Internet das Coisas, no qual se prevê um investimento anual entre US\$ 50 e US\$ 200 bilhões para o desenvolvimento desse ecossistema. Se isso for cumprido, a tendência é que, enquanto em 2015 existiam cerca de 20 milhões de objetos conectados em território nacional, em 2020 esse número seja 5 vezes maior.

O resultado dessas iniciativas foi um aumento de 20% no acesso à internet, chegando a 181 milhões de pessoas em 2018 (69,8%), segundo o Ibge. Contudo, o índice no Nordeste ainda é de 40%, contra 64% no Sudeste, o que comprova que ainda há uma desigualdade significativa de acesso. Mas entre os domicílios que ainda não possuem acesso à internet no país, apenas 7% é por falta de disponibilidade do serviço na região, sendo mais comum a falta de necessidade ou interesse do morador (26%), a impossibilidade de pagar pelos serviços (26%) e a falta de conhecimento sobre como utilizar a rede (14%). No caso das escolas, apenas 28% dos estudantes brasileiros estuda em uma instituição com acesso à internet, enquanto a média global é de 55,9%, segundo o Instituto de Interdisciplinaridade e Evidências no Debate Educacional, o que deixa o país em 67º lugar nesse ranking. Já se tratando de redes sociais, o Brasil tem papel de destaque: são 117 milhões de usuários no Facebook, a segunda maior base de usuários no Instagram, com 50 milhões de usuários, e um dos mercados de maior crescimento em e-commerce na América Latina, com penetração de 23%. Hoje, 9 a cada 10 brasileiros já realizou alguma compra online.

Agora, em relação ao futuro político das comunicações, ainda não é possível realizar previsões, principalmente para os próximos quatro anos. O presidente não especificou nenhum plano e alocou a gestão do setor junto com a área de pesquisas no Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações; e pela ordem nominal do órgão, fica clara a ausência de prioridade. O atual ministro é o primeiro astronauta brasileiro a ter ido ao espaço, Marcos Pontes, e todas as suas declarações nos primeiros seis meses de mandato foram sobre a questão do incentivo às pesquisas científicas no país: em sua campanha eleitoral, Bolsonaro prometeu

reverter os cortes e contingenciamentos que a pasta tem sofrido desde 2015, mas em março de 2019 foi anunciado um corte de 42% (equivalente a R\$ 2,1 bilhões) no orçamento do ministério. É provável que a única grande mudança que venha a ocorrer neste mandato é a votação do marco regulatório, que irá dar mais liberdade para a atuação do livre mercado no setor, o que não garante nem o fim do oligopólio, nem uma melhora da desigualdade de acesso e muito menos a democratização da informação.

## 5. A COMUNICAÇÃO NO TURISMO

Já foi visto anteriormente neste trabalho que a estrutura de turismo, definida pelo Ministério do Turismo no documento *Segmentação do Turismo e o Mercado*, de 2010, é composta por quatro elementos principais: a oferta (produtos locais), a demanda (turistas), os espaços geográficos e os de mercado, sendo que estes últimos são responsáveis pela integração entre os demais. O autor Luiz Martino (2001) aponta, em seu artigo *De qual comunicação estamos falando*, que apesar do conceito da palavra ser muito amplo e abordar desde relações interpessoais até meios de transporte, a ideia de comunicação como ciência surgiu a partir das atividades de comércio, que exigiam a necessidade de persuadir pessoas para vender mercadorias. (MARTINO, 2001) Logo, visto que para atrair turistas aos locais turísticos é preciso convencer os primeiros sobre as qualidades dos segundos, a área de comunicação entra como fator chave para o funcionamento do setor como um todo.

Gomes (2009) afirma que a mídia é o principal instrumento de mediação entre os agentes humanos e comerciais do turismo, e considera este último uma viagem institucionalizada que se utiliza das redes de comunicação para estimular a mobilidade das pessoas. A autora conclui, assim, que é através da comunicação que se produz a motivação para o deslocamento turístico, e evidencia a importância da imagem nesse processo, como construtora da relação inicial entre turistas e seus destinos: antes de ir a algum lugar, as pessoas já entraram em contato com ele visualmente, por meio de fotos em jornais, folhetos, cenas de filmes, páginas da internet ou cartões postais; e essas imagens causaram alguma reação, seja de paz, de medo, de romantismo, de festivo... gerando o desejo e a curiosidade de conhecer pessoalmente aquilo que está sendo apresentado. (GOMES, 2009) Kajihara (2008) acrescenta ainda que a imagem é um processo fundamental da compra de qualquer produto, mas que quando se trata de algo tangível, como um carro, o consumidor pode fazer uma avaliação prévia pessoalmente, enquanto no caso do turismo, tudo que ele tem é a imagem, e esta é o verdadeiro produto a venda. (KAJIHARA, 2008) Paganotti (2009) complementa:

Muitas publicações jornalísticas, como revistas de viagem, livros-guias e reportagens turísticas acenam para seus leitores a possibilidade de conhecer o futuro cenário de suas próximas férias. Antes mesmo de aglomerarem-se nos pacotes turísticos padronizados, o interesse

comum por certos destinos seleciona a atenção de grupos de leitores dessas reportagens em uma comunidade de leitores que compartilham gostos e interesses afins – um pacto de identidade e interesses comuns, como definido por Canclini (1999, p.285). (PAGANOTTI, 2009, pág. 49)

Umberto Eco (1965) afirma no texto *Cultura de massa e “níveis” de cultura*, que a principal característica da comunicação é a provocação da sociedade com informações, emoções, desejos, valores e conceitos. O autor acrescenta também que mesmo que os estudos sobre comunicação existam desde a Idade Antiga, a atividade somente se estabeleceu como profissão no período em que houve a disseminação de procedimentos industriais e a criação da prensa de Gutenberg, ou seja, quando surgiram as mídias de comunicação em massa. Assim, é possível determinar que ao falar de comunicação no turismo, estamos abordando todas as formas de disseminar informações sobre lugares geográficos e produtos locais para um grande número de pessoas, o que inclui obras publicitárias, notícias e produções artísticas direcionadas a exibição (fotografias, filmes, músicas, exposições, peças teatrais, etc). (ECO, 1965) Além disso, com o advento da internet, tornou-se possível disseminar opiniões particulares em redes de ambiente online, o que acabou por acrescentar depoimentos de *social influencers* no leque de possibilidades. Rodrigues (2007) reforça essa relação:

O desenvolvimento do turismo acabou por integrar-se ao processo de desenvolvimento da comunicação, particularmente a partir da invenção da escrita e, mais especificamente, com o estabelecimento da sociedade capitalista. As coincidências se dão a partir do advento da imprensa e se mantém até os dias de hoje. Dos “relatos de viagem” às novas tecnologias da comunicação, turismo e jornalismo sempre caminharam lado a lado. (RODRIGUES, 2007, pág. 1)

A importância da comunicação no turismo, e dentro dela do marketing, tem crescido nas abordagens acadêmicas e nas ações de gestão, tanto pública quanto privada, devido à presença cada vez maior da mídia no mundo contemporâneo. Thompson (apud GOMES, 2009) garante que a comunicação de massa é fundamental na produção dos imaginários sociais e introduz o termo cultura midiática, constituída pela modelagem social através da mídia. Já Silva (apud GOMES, 2009) realiza uma correção, afirmando que o imaginário não é algo em que a população acredita, mas que ela vive todos os dias, é uma informação compartilhada repetidamente, muitas e muitas vezes, de forma inconsciente, natural, sem ser realmente discutida e problematizada. (GOMES, 2009) Barich e Kotler (apud. KAJIHARA, 2008) definem

imagem como “a soma de crenças, atitudes e impressões que uma pessoa ou grupo tem de um objeto – que pode ser uma empresa, produto, marca, lugar ou pessoa” (KAJIHARA, 2008, pág. 18). Assim, em outras palavras, a mídia é responsável pela formulação de conceitos padronizados e generalizados, amplamente difundidos por toda a sociedade, que acabam por se tornar senso comum da população.

Gomes (2009) aponta que esses imaginários não correspondem a uma função mercadológica, mas que eles são instrumentalizados pelos empresários e políticas públicas de marketing, principalmente no turismo. As múltiplas tecnologias de comunicação disponíveis transformam os produtos locais em verdadeiros espetáculos multimídia, que passam a compor o imaginário dos espectadores. A autora afirma ainda que os locais não possuem identidades verdadeiras, originais, mas que elas são todas construídas discursivamente e performaticamente; e a mídia e o turismo são responsáveis por proporcionar uma unidade de discurso em relação aos demais espaços culturais. Ou seja, eles não criam identidades falsas, mas intensificam a reprodução de determinados conceitos pré-existentes, de maneira estratégica, para a elaboração de um discurso homogêneo e passível de venda, que Kajihara (2008) chama de estereótipo.

A autora acrescenta ainda que a imagem de um destino é dinâmica, influenciada por vários fatores sociais, culturais, históricos, e de identidade; enquanto Foucault (apud. GOMES, 2009) propõe que, para compreender como e porque uma ordem discursiva se torna hegemônica, é considerada verdade, consolida imaginários, tem autoridade e silencia outras; é preciso mapear historicamente as relações de poder entre os agentes participantes, identificando influenciadores e influenciados Segundo Eco (1965), por trás do aspecto positivo de uma vivência democrática da cultura, os meios de comunicação de massa acabam por promover uma homogeneização da informação, que destrói características étnicas, ambientais e sociais de pequenos grupos e regiões. o autor acrescenta que é necessária uma intervenção crítica ao fenômeno de massas, para que altere sua fisionomia e esta passe a transmitir valores mais positivos. (ECO, 1965)

A construção do imaginário turístico brasileiro se iniciou bem antes da sua primeira aparição midiática. Desde a Idade Média, os textos religiosos, assim como os relatos de viajantes dos períodos de expansões marítimas, eram permeados pela

ideia de paraíso. O jardim do Éden era o considerado pela bíblia o local ideal, perfeito, repleto de felicidade e, ao mesmo tempo, fonte do pecado original, responsável pela expulsão dos humanos desse ambiente. Assim, os viajantes europeus católicos, cansados das mazelas cotidianas, passaram a navegar em busca de um paraíso na terra, que fosse alcançável e acessível. (GOMES, 2009)

Quando a América Latina foi colonizada, suas terras foram descritas como paradisíacas, pela grande quantidade de florestas e ambientes naturais, facilmente comparados com o jardim divino. E seus habitantes, que caminhavam nus e foram descritos por Caminha, em sua carta ao rei, como inocentes, com “suas vergonhas à mostra”, remetiam ao primeiro estado de Adão e Eva, antes de serem expulsos das terras sagradas. (KAJIHARA, 2008) E esse conceito de lugar paradisíaco, intrínseco à comunidade européia, foi absorvido também pela população local e amplamente retratado na produção artística brasileira do século XIX, criando um imaginário do Brasil como sendo uma grande floresta, com muitos animais exóticos, povos nativos e um ou outro demonstrativo de civilização; além de ser majoritariamente responsável pelo retorno dos ex-colonizadores, décadas depois, para a prática de turismo moderno, com a busca do paraíso em viagens de lazer. (GOMES, 2009) Rodrigues (2007) acrescenta:

Desde a chegada dos portugueses ao Brasil são inúmeros os exemplos - tanto da população local como dos estrangeiros - em representar a realidade brasileira, através de textos ou iconografias. Nos séculos da colonização brasileira pelos europeus, sempre houve a preocupação com os relatos histórico-sociais da época. (RODRIGUES, 2007, pág. 2)

Os “livros de viagem” são os primeiros guias turísticos produzidos no Brasil. Eles são o relato das viagens e pesquisas de inúmeros escritores, pintores, intelectuais, botânicos, militares, excêntricos, educadores, padres e estudiosos das mais diversas áreas. (RODRIGUES, 2007, pág. 4)

Em 22 de julho de 1907, uma excursão de dez a doze pessoas, organizada por Thomas Cook, pisou no Rio de Janeiro, sendo considerada o primeiro grupo de turistas em território nacional. A imprensa europeia realizou uma cobertura completa da viagem, que durou um pouco mais de uma semana, e a presença dos visitantes foi anunciada nos principais jornais do país, sendo considerada a primeira inserção midiática do setor. Em suma, houve uma crítica muito forte, por parte dos estrangeiros, em relação à falta de estrutura de recepção, em contraposição com as paisagens

paradisíacas, o que apenas fortaleceu o primeiro imaginário já elaborado sobre o país, de paraíso natural sem contato com a civilização (e reforça, neste estudo, que esse sempre foi o maior problema do setor, desde o seu surgimento). (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

No ano seguinte, Cook instituiu um cruzeiro anual pela América Latina, com duração de 4 meses, que passava pelas praias cariocas, por Recife e também por Santos; o que incentivou mais algumas empresas europeias a fazer o mesmo, e esse movimento deu origem aos primeiros flyers publicitários relacionados ao Brasil, sempre com representações de paisagens e plantas tropicais. A Figura 70 apresenta o navio Cap Arcona, que realizou viagens regulares entre Hamburgo e Rio de Janeiro até a eclosão da Segunda Guerra Mundial. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

Figura 70 - Flyer do cruzeiro Cap Arcona



Fonte: *História do Turismo no Brasil*

Durante a década de 1920, o Rio de Janeiro já contava com hotéis turísticos, agências de viagens e órgãos oficiais de informação. Também foi criada a Sociedade Brasileira de Turismo, e foi aí que a elite do país começou a se interessar pelos

destinos nacionais. Na mesma época, foi inaugurada a pedra fundamental do monumento do Cristo Redentor, cujo principal objetivo era transformar a cidade em uma referência turística internacional, tendo, inclusive, como referência, a Estátua da Liberdade em Nova York. Pode-se dizer, assim, que essa foi a primeira iniciativa de estratégia publicitária e marketing turístico do Governo Federal. Ao final da década, em 1929, já havia linhas de aviação direta, conectando Rio de Janeiro, Nova York e Buenos Aires. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

Ao longo da década de 1930, foi criado o Conselho Consultivo do Rio de Janeiro e a cidade foi acumulando iniciativas públicas e privadas que transformaram a paisagem; além de oficializar eventos culturais, como o desfile de escolas de samba, e criar passeios turísticos característicos, como o tour no dirigível Zepellin (Figura 71), que realizava uma ponte direta com a capital da Alemanha; com o objetivo de criar uma mentalidade turística para o Brasil. Os artistas de destaque nacional também foram incentivados a citar a cidade em suas obras e, inclusive, foi nessa época que surgiu a expressão *Cidade Maravilhosa*, por meio da composição de André Filho. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013) O governo Getúlio Vargas, ainda na missão de criar uma identidade nacional, tornou o carnaval e a capoeira símbolos da cultura brasileira. (GOMES, 2009) Nesse mesmo período, surgiram as típicas músicas carnavalescas “Mamãe eu quero” de Jararaca e Vicente, “O que é que a baiana tem?” de Dorival Caymmi e “Aquarela do Brasil” de Ari Barroso. (KAJIHARA, 2008)

Figura 71 - Cartão postal do Rio de Janeiro que mostra o dirigível Zepellin



Fonte: *História do turismo no Brasil*

Durante o Estado Novo (1937-1945), também foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda da Presidência da República, que era composto de cinco Divisões: Divulgação, Radiodifusão, Cinema e Teatro, Imprensa e Turismo. Esta última era encarregada da divulgação do Brasil no exterior, por meio da elaboração de folhetos em língua estrangeira e pela edição de duas revistas, a *Travel in Brazil* e a *Brasil Novo*. Nesse sentido, as políticas públicas brasileiras de turismo estiveram, desde seu início, fortemente voltadas à comunicação. (GOMES, 2009) Contudo, as obras publicitárias, tanto governamentais quanto das agências e operadoras turísticas, faziam uso basicamente de imagens de praia combinadas com mulheres mulatas em trajes de banho.

Essa protagonização da mulher mestiça na cultura brasileira é outro imaginário construído a partir de relações históricas de poder. Os colonizadores europeus acreditavam que a raça branca era superior à negra, e que esse era o grande motivo da escravização desse povo. Porém, com a declaração de independência, a elite brasileira se viu em uma situação complicada, porque a maioria da população era negra, parda ou descendente, o que prejudicava a imagem do país no cenário internacional. Com o intuito de garantir o poder político nas mesas de negociação, os teóricos nacionais mais reconhecidos elaboraram a teoria de que o Brasil estava em desenvolvimento e que a existência de mestiços era a prova concreta desse movimento, pois apontava para um clareamento gradativo da população. Assim, a mulher mulata passou a ser valorizada como principal indício da modernização e do crescimento econômico do país. (GOMES, 2009)

Assim, a partir da década de 1920, ela passa a ser exaltada na arte, na literatura e nos discursos das ciências humanas, sendo consumida como símbolo do desenvolvimento da nação. A Semana da Arte Moderna, de 1922, é o grande marco do início desse movimento: seu principal objetivo era reforçar o sentimento de nacionalismo, negando as influências européias na arte e apresentando técnicas e conceitos originais. Foram exaltadas as edificações nacionais, o folclore, as cores tropicais, o personagem nordestino e a mulher mulata. Di Cavalcante, um dos idealizadores e organizadores do evento, afirmou em seu discurso de abertura que “a mulata, para mim, é um símbolo do Brasil. Ela não é preta nem branca. Nem rica, nem

pobre. Gosta de música, gosta de futebol, como nosso povo” (GOMES, 2009, pág. 39). A Figura 72 mostra algumas obras expostas por esse artista durante o evento.

Figura 72 - Obras de Di Cavalcanti na Semana de Arte Moderna



Fonte: montagem do arquivo pessoal da autora

Mas essa representação rapidamente fugiu do enaltecimento para a objetificação, se tornando cada vez mais erotizada, como forma de incentivar os homens brancos a continuarem o processo de miscigenação, de “civilização” do país. Uma década depois, com a introdução do rádio no Brasil, foi criada uma das maiores personalidades representativas da cultura nacional, a Carmem Miranda, “a pequena notável” (BIGNAMI, 2002, pág. 95, apud. GOMES, 2009, pág. 49), exaltada principalmente por sua sensualidade. Essa transição cultural também fica muito

explícita na literatura de Jorge Amado: em *O país do Carnaval*, de 1931, o autor apresenta uma visão negativa da figura mestiça; em *Jubiabá*, de 1935, a cultura negra já é ressaltada de maneira positiva, mas a narrativa ainda apresenta um amor impossível entre negros e brancos; mas em *Gabriela, Cravo e Canela*, de 1958, a personagem principal é uma morena descrita com cor de canela e cheiro de cravo, sedutora, espontânea e erótica, centro das atenções masculinas. E todas essas influências culturais afetaram diretamente a propaganda turística, que fundiu a a mulher com a natureza na composição do paraíso. (GOMES, 2009)

O turismo brasileiro se manteve focado basicamente no Rio de Janeiro, em Recife e São Paulo até a década de 1960, quando ocorreu a primeira conferência internacional da Organização das Nações Unidas para discutir a atividade como propulsora do desenvolvimento das economias ditas periféricas. Ao final do evento, foi recomendado explicitamente que países mais pobres direcionassem seus investimentos para esse setor e, assim, foi criada a Empresa Brasileira de Turismo, a Embratur, que tinha como principais metas o direcionamento estratégico da política turística nacional, a regulação do setor e a atração de turistas estrangeiros para o país. Ela fazia parte de um planejamento estatal que não apenas visava estímulos e incentivos fiscais à esfera privada, mas que a colocava como peça chave em uma campanha de integração nacional, a partir da disseminação da “mensagem turística” a todas as classes sociais. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

A partir daí, surgiram as primeiras ações de divulgação pautadas em pesquisas de opinião de mercado. Em 1971, o *Jornal do Brasil* divulgou os resultados de uma enquete sobre a imagem do país em Nova York, concluindo que os estrangeiros tinham uma visão bastante estereotipada: a terra do café, com mulheres sensuais, jogadores de futebol, carnaval e belas canções, rodeados por natureza virgem e exótica. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013) Novamente, fica claro o efeito decisivo dos meios de comunicação na indústria turística, visto que, com a exceção da produção nacional de café, que ficou conhecida mundialmente no final do século XIX com a intensa imigração de estrangeiros em busca de novas oportunidades nesse ramo; o conhecimento internacional a respeito do país era limitado ao que era exibido em expressões artísticas, filmes, músicas, revistas, livros, flyers e coberturas jornalísticas.

O presidente da Embratur na época, mesmo ciente de que os resultados da pesquisa apontavam para uma ineficácia em relação à democratização do turismo pelo território nacional, optou por manter a estratégia de divulgação centrada no Rio de Janeiro, com todo o material publicado sendo direcionado para os produtos mais óbvios e já amplamente conhecidos: o Corcovado, o Pão de Açúcar, Copacabana, Ipanema, o carnaval e o estereótipo de mulher brasileira. Em 1972, é lançada a revista *Rio, Samba e Carnaval*, com tiragem de 60 mil exemplares, colocados em circulação no mundo inteiro, composta basicamente por imagens de mulheres seminuas em variadas paisagens cariocas, como mostra a Figura 73. Essa publicação foi diretamente responsável pelo surgimento e popularização de casas voltadas para “shows de mulatas” e pela intensificação do turismo erótico no Brasil, uma vez que a esfera privada seguiu a mesma estratégia de divulgação em seus anúncios. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013). Gomes (2009) aborda a situação de maneira mais ampla e aponta que o imaginário de “paraíso das mulatas”, construído pelo mercado turístico, é um dos principais fatores de incentivo da exploração sexual comercial. (GOMES, 2009) Já Kajihara (2008) afirma que tudo foi uma estratégia de governo para redirecionar o foco da mídia internacional da situação de crise, ditadura, manifestações, censura, repressões e torturas que permeava todo o país durante esse período. (KAJIHARA, 2008)

Nos anos 1980, as praias do Nordeste começaram a aparecer nas publicações, mas o Rio de Janeiro ainda era escolhido para sediar alguns eventos internacionais e incentivar a atividade turística (KAJIHARA, 2008). O governo federal realizou algumas reformas na cidade, com o intuito de esconder a violência e a desigualdade social, além de fazer com que os visitantes não ficassem chocados com a ausência de infraestrutura, situação que já havia prejudicado o fluxo de turistas em décadas anteriores. Contudo, a imprensa nacional expôs a tentativa de disfarce e modificou completamente a visão do país na mídia internacional, fazendo com que deixasse de ser um ambiente paradisíaco e de festa, e passando a ser conhecido como um local desregrado, corrupto e violento. Abaixo, um trecho de reportagem da revista *Veja* de 22 de outubro de 1985 sobre as obras realizadas no Rio:

E mesmo a paisagem em torno do Hotel Nacional, local das reuniões diárias, foi habilmente modificada para não chocar os visitantes. Assim a feia favela da Rocinha, próxima e fatalmente visível, foi dissimulada por muro e cartazes publicitários. Até mesmo a bica de água, onde os

favelados lavam suas roupas, foi mudada das proximidades da pista de acesso do túnel Dois Irmãos para o interior da favela. (VEJA apud. CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

Figura 73 - Páginas da primeira edição da revista *Rio, Samba e Carnaval*



Fonte: Montagem da autora a partir da revista digitalizada

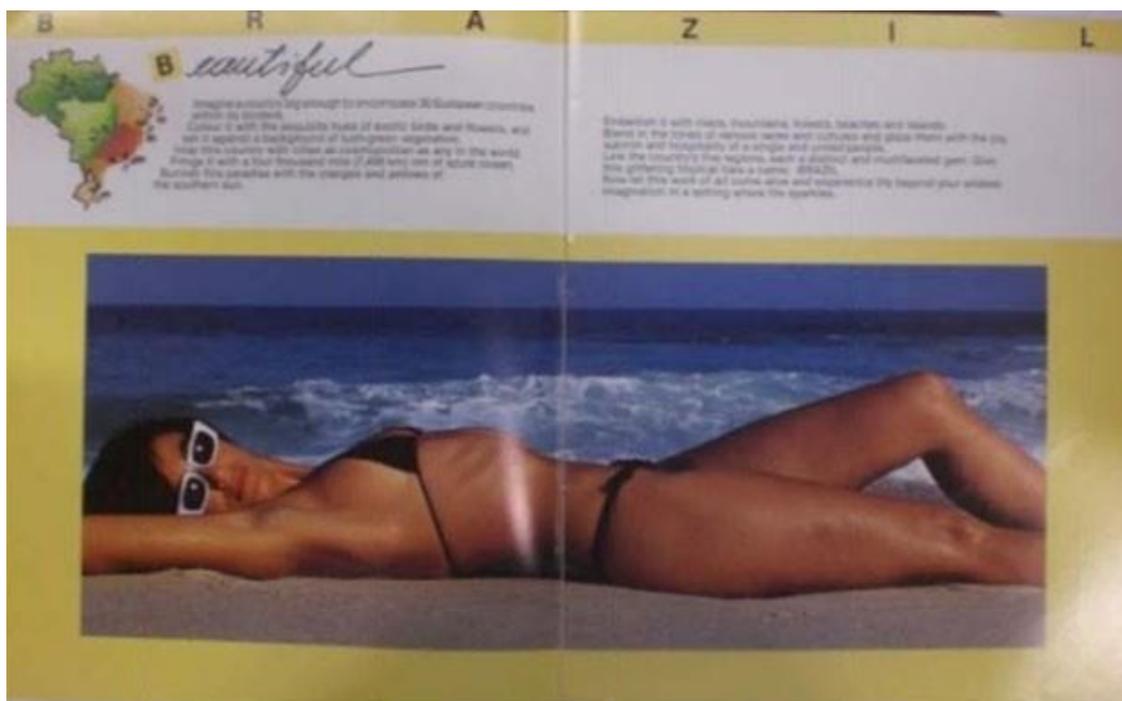
A situação se refletiu inclusive nas produções culturais, pois os filmes de Hollywood começaram a colocar o Brasil como o destino de bandidos e vilões que desejavam um futuro feliz e impune. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

Alguns personagens já existentes no universo cinematográfico também sofreram alterações: o papagaio Zé Carioca, criado por Walt Disney em 1944, como parte da política de boa vizinhança de Franklin Delano Roosevelt, para servir de guia turístico em filmes que apresentavam o Brasil para o mundo, sempre animado, cantando e dançando; a partir de 1988, com o filme *Uma Cilada para Roger Rabbit*, passa a ser

representado como um malandro, preguiçoso, que realiza trapanças e leva vantagem sobre as pessoas. (KAJIHARA, 2008)

Mas apesar de todos os aspectos negativos, a agenda governamental insistia em esconder as favelas e vender o Brasil ensolarado com vasta população de “mulatas sensuais”, só que de uma maneira cada vez mais explícita: os stands da Embratur nos eventos internacionais de turismo de 1980 tinham como decoração apenas uma mulher estampada em pôster horizontal, com uma praia desfocada no fundo (Foto 74); em 1983, foi lançada a campanha “*See you there, Brazil*”, para promover novas tarifas aéreas aos Estados Unidos, que seguia o roteiro padrão de pontos turísticos tradicionais da capital carioca servindo de plano de fundo para o protagonismo da Garota de Ipanema, sempre de biquíni (Figura 75); e a edição de 1982 da *Rio, Samba e Carnaval* tinha como manchete a frase “Rio é sol, é cio”, acompanhada do texto “a cidade, como virgem transtornada pelo cio, enlouquece, cai no desvario, na alegria, na euforia, no desatino, num voo-mergulho de vertigem, sofrimento, gozo e êxtase” (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013, pág.23).

Figura 74 - Pôster decorativo da Embratur em 1980



Fonte: G1

Figura 75 - Campanha *See you there, Brazil* de 1983



Fonte: G1

A disseminação das campanhas conseguiu, de fato, remover parcialmente a conotação violenta do Brasil, mas não teve sucesso com a questão da impunidade: em 1984 o diretor de Hollywood Stanley Donen inaugurou uma nova abordagem nas telas internacionais, com o musical *Blame it on Rio* (a culpa é do Rio, traduzido para Feitiço do Rio), em que um norte-americano vai a trabalho para Ipanema, é preso por abuso de menor e pede para ser absolvido afirmando que a culpa era da cidade. Nos anos seguintes, esse material inspirou filmes, documentários, videoclipes e até desenhos animados que retratam o país como um paraíso das festas e do sexo, imerso em florestas e paisagens naturais, onde tudo é liberado e não há regras. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

Até mesmo depois da virada do milênio, essa imagem ainda servia de base para as mais diversas manifestações culturais. Inclusive, em 2002, foi lançado um episódio da família Simpson no Brasil, intitulado *Blame it on Lisa*, paródia da obra de Donen, que gerou uma publicação de repúdio do então presidente da RioTur, Eduardo Guinle, e do próprio Fernando Henrique Cardoso, presidente em ofício, exigindo a retirada do episódio do ar. Mas a repercussão do conflito com a emissora Fox, responsável pela série animada, apenas atraiu a atenção dos estrangeiros para as demais obras cinematográficas e musicais relacionadas ao país, reforçando os estereótipos existentes. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

A ONG *End Child Prostitution and Trafficking* (ECPAT), voltada para acabar com a exploração sexual de crianças ao redor do globo, apontou, em seu estudo de 1996, que o Brasil possuía o maior índice de prostituição infantil da América Latina, sendo um dos destinos favoritos de europeus e americanos interessados em turismo sexual. Já o Centro de Referência, Estudos e Ações sobre Crianças e Adolescentes (Cecria) afirma, em seu relatório de 1995, que 41,69% das atividades que facilitam a exploração sexual estão relacionadas ao setor turístico, com destaque para hotéis, apart-hotéis, agências de turismo, locadoras de automóveis, bares e boates, sendo estes dois últimos direcionados ao lazer do turista. Gomes (2009) responsabiliza o Estado pelos números alarmantes do setor, declarando que a reprodução do atual imaginário do Brasil como paraíso desregrado das mulatas sensuais em suas políticas de marketing turístico, é uma explícita violência institucional. (GOMES, 2009)

Durante a década de 1990, o turismo sexual se tornou uma preocupação mundial e os *stakeholders* do setor estavam se esforçando para mudar essa situação. Mas é importante ressaltar que as motivações foram explicitamente econômicas: enquanto os países das vítimas, normalmente com histórico de colonização, estavam preocupados com a violência, a infância perdida e o descarte sexual, características negativas do país que afastavam os turistas de negócios e os grandes investidores; os países emissores de turistas sexuais estavam mais preocupados com a disseminação da AIDS na população, que aumentava consideravelmente os gastos com saúde; e os empresários do setor apenas se aproveitavam para atrair clientes com campanhas de responsabilidade social (GOMES, 2009): uma estratégia de marketing recém desenvolvida, cujo objetivo é aprofundar relacionamentos com os consumidores, cada vez mais exigentes e preocupados com o desenvolvimento sustentável do planeta. (KOTLER, 1996) De qualquer forma, a Organização Mundial do Turismo (OMT) realizou uma assembleia geral sobre a prevenção do turismo sexual organizado em 1996, e no mesmo ano foi assinada a Declaração de Estocolmo contra a exploração sexual e comercial de crianças. O Código Mundial de Ética no Turismo e o Fórum Mundial de Turismo condenaram o turismo sexual e a OMT, juntamente com a ECPAT e o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), criaram o Código de Conduta para a proteção da criança da exploração sexual no turismo. (GOMES, 2009)

No Brasil, quando João Dória Jr. assumiu a presidência da Embratur, em 1986, houve uma completa reestruturação do planejamento de promoção e divulgação da imagem turística do país: foram realizados ostensivos trabalhos de divulgação das cidades históricas e artísticas nacionais, da cultura musical, e das riquezas naturais; São Paulo, Brasília e o Pantanal entraram na lista de principais atrativos do país, junto com o Rio de Janeiro e as praias do Nordeste; o futebol passou a ser utilizado como produto turístico e o jogador Pelé foi nomeado embaixador do turismo brasileiro, servindo como garoto propaganda do material publicitário produzido pela estatal. A Figura 76 apresenta um *flyer* da campanha “*Emotions have a name: Brazil*”, lançada pela Embratur em 1987. (KAJIHARA, 2008)

Figura 76 - Flyer da campanha “Emotions have a name: Brazil”, da Embratur



Fonte: Embratur

Já na virada da década de 1990, a sede da Embratur mudou para a capital, Brasília, e o turismo como representação pública deixou de ser uma divisão do Departamento de Imprensa e Propaganda ligado à Presidência da República para compor o Ministério da Indústria, Comércio e Turismo. Com o abandono das campanhas estereotipadas, seu valor como atividade econômica voltada para o desenvolvimento ganhou mais espaço e o país passou a ser exibido como um destino diversificado e repleto de oportunidades de investimento. Pouco material iconográfico dessa época foi encontrado, mas o foco das publicações passou a ser os atrativos naturais, culturais e industriais, e as artes se tornaram mais criativas. Os patrimônios culturais mais divulgados foram as construções em estilo barroco do período colonial, principalmente em Minas Gerais e por todo o Nordeste; e a arquitetura moderna encontrada em São Paulo e em Brasília. Passaram a existir também publicações direcionadas aos próprios brasileiros, motivando o turismo doméstico. (KAJIHARA, 2008)

A campanha “*Fly to Brazil*”, que perdurou na primeira metade da década, foi a primeira lançada com kits de material promocional, contendo folhetos de todos os estados brasileiros em seis idiomas, uma revista, vídeos, pôsteres, camiseta e uma vinheta de rádio; estratégia que foi amplamente utilizada na esfera privada, juntamente com pacotes de descontos e fidelização. Novos segmentos também passaram a ser valorizados, como o ecoturismo, o turismo para terceira idade, e também os congressos e viagens científicas. Em 1995, foi liberada a operação comercial através da internet e o site da Embratur foi criado, permitindo a divulgação online dos atrativos turísticos brasileiros e, um ano depois, a estatal se mostrou mais preocupada com suas responsabilidades sociais, lançando campanha “Diga não ao Turismo Sexual - Cuidado, o Brasil está de olho”. Ela durou até o carnaval de 2002, com distribuição de panfletos em aeroportos e exibição de vídeos publicitários, e a logo da campanha foi implementada como símbolo oficial da OMT durante o período. (KAJIHARA, 2008) A seguir, a Figura 77 apresenta o material encontrado referente à época.

Figura 77 - material publicitário da Embratur produzido na década de 1990



Fonte: Colagem da autora a partir do site da Embratur

Em pouco menos de dez anos, a estratégia de campanha turística brasileira sofreu uma completa metamorfose, porém, o grande problema dos estereótipos é que essas imagens são duradouras e difíceis de mudar. Segundo Kotler e Gertner (apud. KAJIHARA, 2008), isso ocorre porque, geralmente, as pessoas resistem a ajustar seus conhecimentos anteriores diante de novos fatos, principalmente quando não estão envolvidas com a mudança. Além disso, “no processo de aprendizagem e socialização, o indivíduo não só interioriza e aceita os estereótipos como também a divulga, propagando para o mundo suas verdades” (KAJIHARA, 2008, pág. 19). Esse processo, denominado viés de confirmação, faz com que elas não se esforcem para

corrigir visões equivocadas, preferiam se ater àquilo que confirma suas expectativas e ignorem tudo aquilo que desafia suas crenças. (KAJIHARA, 2008)

Assim, a própria indústria é motivada por seus expectadores a utilizar representações de “vida fácil”, com alta disponibilidade de luxo, festas e prazeres em desfiles de carnaval, novelas, revistas, peças e filmes, visto isso aumenta a audiência. Então, ao mesmo tempo em que a população é bombardeada com uma ampla variedade de produtos culturais que reforçam um mesmo tipo de conceito, ela também internaliza essas informações e passa a se comportar da maneira que é enxergada pela mídia, além de consumir apenas conteúdos equivalentes, gerando um ciclo contínuo que fixa cada vez mais esses estereótipos no imaginário. (CALAZANS e FEIJÓ, 2002) Logo, a imagem do Brasil no exterior não pode ser tratada meramente como um efeito colateral de uma estratégia de marketing mal elaborada, porque ela é uma projeção da sua identidade nacional, construída com base nas relações de poder que imperaram ao longo da história e foram intensificadas com o advento da indústria cultural. Isso fica ainda mais claro com os estudos relativos às denúncias de estupro da segunda metade da década de 1990, que apontaram que mais de 90% dos casos nacionais eram de abusadores brasileiros. (GOMES, 2009)

Dito isso, também é importante ressaltar que nenhum dos movimentos de combate à exploração sexual de crianças e adolescentes no turismo, tanto nacionais quanto internacionais, teve uma preocupação com a reprodução dos estereótipos que atuam como agentes aliciadores. O único documento que apresenta alguma menção nesse sentido é o Código Mundial de Ética no Turismo, que reconhece o problema da imagem como incentivo ao turismo sexual e incentiva agentes de desenvolvimento do setor a se preocuparem com o visual dos conteúdos voltados para divulgação. Mas ainda assim, o foco é voltado para figuras que incentivem de maneira direta esse tipo de comportamento, não existindo nenhuma discussão a respeito da construção de imaginários que reforçam estereótipos sexuais.

No Brasil, apesar de as campanhas turísticas terem mudado completamente de direcionamento na década de 1990, a mulher brasileira ainda aparecia em posição de destaque em boa parte das campanhas, como é possível observar na Figura 78, ou seja, apesar de discreto e menos sexualizado, o referencial estereotipado ainda estava sendo veiculado nas mídias do setor turístico. (KAJIHARA, 2008) Enquanto

isso, a indústria cultural ignorou as questões levantadas pelo cenário internacional e se manteve na mesma programação que cativava a audiência desde o início do século.

Figura 78 - Exemplos de campanhas da Embratur de 1990 com protagonismo da mulher



Fonte: KAJIHARA, 2008

A primeira vinheta de chamada para a transmissão do desfile das escolas de samba do Rio de Janeiro foi criada pela Rede Globo em 1993, por um europeu, e seu roteiro era praticamente uma performance do “Show das Mulatas”, ainda muito em alta nas casas noturnas do país (Figura 79). Os comerciais de carnaval buscavam transmitir a ideia de uma mulata profissional, com corpo escultural e dançarina de samba; e na mesma época, o Serviço Nacional de Aprendizagem comercial (Senac), direcionado para a instrução a nível técnico da classe média baixa do país, oferecia

cursos de formação de mulatas. (GOMES, 2009) “Mas quem sabe o que é uma boa mulata? Os empresários ligados ao trade turístico ao montarem seus espetáculos multimídia” (GOMES, 2009, pág. 56).

Nesse período, com a ampliação do acesso aos aparelhos televisivos, mais pessoas conseguiam assistir o Jornal Nacional e, assim, a imprensa passou a ter uma forte influência na imagem do país, principalmente porque era um veículo de alta credibilidade: ninguém duvidava da veracidade dos conteúdos divulgados. (KAJIHARA, 2008) “Enquanto o turismo solidifica-se como a terceira economia do planeta que mais gera empregos (diretos e indiretos), o jornalismo apresenta-se como o quarto poder [político]” (RODRIGUES, 2007, pág. 6). Contudo, seu olhar crítico enfatizou os casos de violência, corrupção, dependência econômica e escândalos políticos. (KAJIHARA, 2008) E como a nova estratégia turística passou a enaltecer a indústria nacional e a modernidade do país, o Brasil começou a ser convidado para ser sede de eventos internacionais, mas novamente caiu no erro de esconder a sua miséria e a sua violência, recolhendo moradores de rua, realizando mutirões sanitários perto das datas de evento e colocando tanques de guerra na entrada das favelas mais próximas, impedindo os moradores de descer durante os períodos de visitaçãõ intensa. As agências de notícias, tanto nacionais quanto internacionais, realizaram diversas reportagens acusando o Brasil de tentar maquiagem suas cidades, e as várias organizações de movimentos sociais, como o Greenpeace, começaram a subir nas comunidades irregulares e apresentar as condições de vida dos seus moradores. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013)

Mas o resultado das denúncias midiáticas não foi o esperado: além de não ter sido tomada nenhuma ação estrutural eficiente por parte do Estado, algumas agências de turismo viram na exposição das comunidades mais pobres uma oportunidade de nicho de mercado e, assim, com a virada do milênio, as favelas se tornaram oficialmente parte do pacote de estereótipos do turismo brasileiro, juntamente com as praias, o carnaval, o futebol e as mulheres. (CASTRO, GUIMARÃES e MAGALHÃES, 2013) A indústria cultural também abraçou o tema rapidamente, em 1995 o governo federal criou uma lei de incentivo cultural, com auxílio dos Estados Unidos e de Portugal, e as produções cinematográficas que mais fizeram sucesso com esse projeto foram *Central do Brasil* e *Cidade de Deus*, ambos retratando a pobreza e a

violência nos ambientes de favela. (KAJIHARA, 2008) Ocorreu também uma somatória dos conceitos estereotipados, que deu origem à imagem da mulata moradora da favela e ganhou a atenção dos espectadores brasileiros: em 2004, a Rede Globo lançou a primeira novela da história com uma protagonista negra, sob o título *Da Cor do Pecado*, em que esta era representada como sensual e sedutora, mas ao mesmo tempo como uma moradora da periferia, forte e trabalhadora. (GOMES, 2009)

Nesse cenário, o setor de turismo brasileiro, que já era o maior protagonista do movimento de resignificação da imagem nacional desde a presidência de Dória Jr. na Embratur, intensifica ainda mais suas campanhas comunicacionais nesse sentido. Nos primeiros cinco anos do milênio, a estatal, por meio de regimento interno, proibiu o uso de imagens femininas como atrativo brasileiro nas suas campanhas; lançou o programa “Embarque Nessa”, que ia até as escolas conversar com os alunos sobre a importância do patrimônio nacional, tanto ambiental quanto cultural, assim como a necessidade de preservação; montou a exposição “500 anos Brasil” na Europa, que apresentava o país como um grande aglomerado cultural e histórico, com grandes riquezas tradicionais em campos como a gastronomia, a música, a literatura e o artesanato; e lançou a campanha “Viva essa paixão”, que buscava resignificar o conceito de paraíso brasileiro, passando a remetê-lo à aventura, à alegria, à gastronomia e ao patrimônio histórico e cultural (Figura 79). (KAJIHARA, 2008)

Figura 79 - exemplos de material publicitário da campanha “Viva essa paixão”, da Embratur



Fonte: Embratur

Em 2003, foi criado o Ministério do Turismo, juntamente com o primeiro Plano Nacional do Turismo, um documento que serve de orientação para os agentes públicos e privados do setor, com as ações necessárias para o desenvolvimento da atividade. Com isso, a Embratur passou a se responsabilizar exclusivamente pela promoção, marketing e apoio à comercialização dos produtos e serviços turísticos. Pela primeira vez, o Brasil teve uma logo turística oficial, apresentada na Figura 80, começou-se a pensar em materiais direcionados exclusivamente para a internet e também foram traçados novos segmentos para serem abordados pelo material publicitário: turismo de aventura, turismo de golf, turismo de resort e turismo de pesca esportiva. (KAJIHARA, 2008)

Figura 80 - Primeira logo turística do Brasil



Fonte: montagem da autora com material da Embratur

Em 2005, é lançado o Plano Aquarela, com o objetivo de orientar as ações de marketing turístico pelos dez anos seguintes, para que o Brasil passasse a ser apresentado como potência emergente, em contraposição com a imagem existente até então, do paraíso das mulatas. A estratégia foi elaborada a partir de cinco pontos fundamentais: natureza, cultura viva (festas, músicas, danças, eventos e patrimônios), povo (alegria e recepção calorosa), clima (sol o ano inteiro) e modernidade; sintetizados em uma única mensagem que represente o país: sensacional! (GOMES, 2009) A logomarca do projeto foi determinada com um concurso de desenho gráfico, coordenado pela Associação de Design Gráfico do Brasil, que selecionou, por unanimidade de votos, a criação de Kiko Farias (Figura 81), definida como moderna,

colorida e destacável entre os conjuntos de marcas mais importantes do mundo. Dois anos depois, a marca foi adotada pela Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e passou a ser estampada nos produtos de exportação brasileiros. (KAJIHARA, 2008)

Figura 81 - Logo do Projeto Aquarela



Fonte: Plano Aquarela

Em 2005, também foi lançada a campanha “Brasil, vire fã”, para iniciar o processo de fixação da nova marca. Pela primeira vez, sua veiculação incluiu painéis em estações de metrô e mobiliário urbano, além dos tradicionais veículos de mídia e internet. O projeto durou até 2008 e passou por três fases: a primeira era caracterizada pela imagem de turistas estrangeiros com o rosto pintado em cores remetentes à nova logo, fazendo uma alusão aos torcedores de jogos de futebol que estampam as cores de seus times no rosto (Figura 82). Durante a Copa do Mundo da Alemanha, inclusive, foi publicada uma edição especial com pinturas no formato de jogadores. Porém, a Embratur realizou uma pesquisa de recepção e concluiu que as peças ainda faziam alusão aos estereótipos de país do carnaval e da baderna acompanhada de impunidade. Então, em 2006 começou uma segunda fase, em que os rostos dos turistas não apareciam mais pintados e o conceito criativo de que quem visita o Brasil vira fã passou a ser explorado no sorriso dos personagens (Figura 83). Um ano depois, foi lançada a terceira etapa do material, que se manteve na mesma linha da segunda e apenas ampliou a variedade de pontos turísticos explorados e de materiais produzidos, passando a incluir folhetos, brindes e mapas (Figura 84). (KAJIHARA, 2008)

Figura 82 - Primeira fase da campanha “Brasil, vire fã”



Fonte: montagem da autora com material da Embratur

Figura 83 - Segunda fase da campanha “Brasil, vire fã”



Fonte: montagem da autora com material da Embratur

Figura 84 - Terceira fase da campanha “Brasil, vire fã”



Fonte: montagem da autora com material da Embratur

A Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República também se comprometeu com o projeto de divulgação da nova marca do país, mas enfocando

em temas que estão fora do escopo da Embratur, como o etanol, a proteção da Amazônia e o desenvolvimento tecnológico. Já o Ministério do Turismo se voltou para a parte de conscientização, com o programa “Turismo Sustentável e Infância - Brasil: quem ama, protege”, direcionado para a denúncia da exploração sexual no turismo; e com a Política Nacional de Turismo, cujo Artigo 5º Inciso X aponta como responsabilidade do setor prevenir e combater as atividades turísticas relacionadas aos abusos de natureza sexual e outras que afetem a dignidade humana, respeitadas as competências dos diversos órgãos governamentais envolvidos. (GOMES, 2009)

Outra conquista importante nesse sentido foi a Lei Federal nº 9.970/00, que determina o dia 18 de maio como Dia Nacional de Combate ao Abuso e à Exploração Sexual contra Crianças e Adolescentes. Em 2005, a Lei Estadual 4.642 do Rio de Janeiro proibiu a veiculação, exposição e venda de postais turísticos que usem fotos de mulheres em trajes sumários, tendo em sua justificativa a afirmação de que esses cartões ficam expostos pelas bancas de jornal, hospedagens e agências de turismo, e acabam por atrair o turismo sexual. E com a emergência das denúncias públicas, a comunidade artística do país começou a se pronunciar sobre o assunto: o filme *Anjos do Sol* e o documentário *Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado* se destacaram no cinema com abordagens impactantes sobre a exploração sexual de menores; enquanto o artista cearense Descartes Gadelha realizou uma experiência imersiva na realidade de sua cidade natal e criou a exposição “Iracemas, Morenos e Coca-Colas”, como uma denúncia ao turismo sexual em Fortaleza. (GOMES, 2009)

Em 2007, ocorreu um abaixo assinado nacional contra a imagem estereotipada da mulher na mídia, que resultou em uma audiência contra as emissoras no Ministério Público Federal e na organização da Articulação Mulher e Mídia, formada por 25 entidades, sendo uma a cada quatro específica para mulheres negras. Dois anos depois, foi realizado o primeiro Seminário Nacional sobre o controle social da imagem da mulher na mídia, com o apoio da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres da Presidência da República; e também foi lançado o Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, cujas diretrizes combatem as distintas formas de apropriação e exploração mercantil do corpo e da vida das mulheres, como a exploração sexual, o tráfico de mulheres e o consumo de imagens estereotipadas da mulher. (GOMES, 2009)

Mas mesmo com todas essas conquistas, a esfera privada do setor de turismo brasileiro, assim como as mídias de comunicação em massa e a comunidade jurídica nacional, ainda insistiam em se apegar aos antigos padrões. A editora Scolcat Publishing foi processada pela Embratur em 2009, devido à 7ª edição do *Guia Rio for Partiers* (Rio para festeiros), que continha uma sessão inteira que classificava os tipos de mulheres da cidade, estando entre eles o tipo “popozudas, as máquinas do sexo”. A estatal exigiu a retirada do material de circulação, por incitar a exploração sexual, ferir a dignidade do povo brasileiro e usar a marca Brasil sem autorização. Contudo, o juiz da 21ª Vara Federal José Luiz Castro Rodrigues indeferiu o pedido, alegando que “a simples classificação da mulher - ou do homem - brasileiro em 'tipos', segundo critérios ligados, em tese, ao seu comportamento sexual, não implica, por si só, afronta aos princípios norteadores da Política Nacional de Turismo ou violação à dignidade da pessoa humana” (GOMES, 2009, pág. 103), enquanto um dos diretores da editora declarou que “falar que existem mulheres que se vestem de jeito apelativo para chamar atenção não é turismo sexual, isso é a nossa cultura” (GOMES, 2009, pág. 103).

A Embratur continuou se pronunciando em vários outros casos semelhantes, mas a imprensa turística ainda assim insistia em apresentar o Brasil como país do futebol e do carnaval, lembrando de canções, filmes e imagens já presentes no imaginário do público. Os cenários mais abordados eram o Rio de Janeiro, a Amazônia e o Nordeste, sendo que 70% dos textos eram sobre praias e cidades litorâneas. As cenas de violência e miséria também são abordadas como parte da experiência turística, como se para conhecer o Brasil de verdade, não bastasse visitar as belezas naturais, mas também fosse necessário entrar em contato com outros aspectos imagéticos do país, não necessariamente positivos, que o tornaram mundialmente famoso, ainda que de forma breve e protegida, com um “favela tour”, por exemplo. (RODRIGUES, 2007) A Figura 85 apresenta a campanha de comemoração dos 40 anos da CVC, uma das maiores agências turísticas do território nacional, na qual fica claro o uso da mulher somado à natureza, fazendo alusão aos estereótipos combatidos pela Embratur, que mesmo de maneira mais discreta, ainda reforçam tais conceitos no inconsciente.

Desde a época de Euclides da Cunha e dos Sertões, já havia na sociedade brasileira (principalmente na visão dos integralistas dos

anos 30, que se apropriaram e readaptaram a simbologia de ícones nacionais) a idéia de que existiam dois Brasis, um Brasil litorâneo, formal, caricatura letrada e burguesa da Europa liberal, e o Brasil sertanejo, real, pobre, analfabeto e inculto, segundo apontado por Chaui (2007, p.66-7). Essa divisão entre interior e litoral foi crucial na colonização brasileira e continua, até hoje, a influenciar a dinâmica espacial entre as divisões regionais do país. (RODRIGUES, 2007, pág. 67)

Figura 85 - Campanha de comemoração dos 40 anos de CVC



Fonte: CVC

Ao final da primeira década do milênio, a internet havia deixado de ser novidade para ocupar um espaço essencial na vida do consumidor, que passou a utilizar essa tecnologia para se informar, se relacionar, e também para produzir seu próprio conteúdo midiático e divulgá-lo em redes de abrangência global. “O processo de comunicação tradicional (...) evoluiu de uma estrutura classificada como *one-to-many* (um-para-muitos) para *many-to-many* (muitos-para-muitos)” (ALMEIDA, COELHO, JUNIOR e GODOY, 2018, pág.117) e o internauta passou a ter liberdade de horário e de programação, podendo escolher o que vai consumir e quando, diferentemente das mídias tradicionais, que oferecem um *line up* fixo e específico. Essa nova configuração social acelerou o desenvolvimento de diversas áreas do conhecimento, como ciência, economia, educação, entretenimento, saúde e também o turismo: agora é possível adquirir pacotes turísticos online, realizar passeios virtuais, pesquisar preços ao passo

de poucos cliques e se comunicar instantaneamente com empresas e pessoas de qualquer parte do mundo. Pela primeira vez, os turistas poderiam interagir com os produtos turísticos antes de comprá-los e isso revolucionou todas as estratégias de venda do setor (SOUZA e SOUZA, 2009)

Figura 86 - Exemplo de composição da campanha “Brasil Sensacional”



Fonte: Embratur

Nesse cenário, em 2009 a Embratur lançou sua segunda campanha pautada pelo Plano Aquarela, a “Brasil sensacional”, com o objetivo de divulgar a lista de destinos menos conhecidos, apresentada no próprio documento, como o Maranhão, o Rio Grande do Norte e o interior da Bahia (Figura 86). O material foi elaborado em seis línguas e lançado na Europa, nos Estados Unidos e na América Latina, e 30% do orçamento, de US\$13 milhões, foi direcionado para conteúdo online, exposto nas redes sociais Twitter, Facebook, Hi5 e Youtube; além de sites especializados em turismo, como El País, CNN, New York Times e Washington Post; e anúncios de link patrocinado no Google. A campanha também produziu material para televisão, mobiliário urbano (ônibus, metrô e outdoors), revistas de bordo das principais companhias aéreas e catálogos para operadoras de turismo. (MINISTÉRIO DO TURISMO) E na mesma época, a estatal criou um canal no Youtube, específico para a divulgação de atrativos turísticos do Brasil, que funciona até hoje e é atualizada em

média duas vezes por ano, com pacotes de aproximadamente dez vídeos de uma vez.

Ao final do mesmo ano, Chagas e Dantas (2009) realizaram uma análise de textos em sites de agências de turismo ao redor do mundo para traçar um perfil da imagem do país e identificar se os estereótipos foram ou não superados. As palavras mais utilizadas para descrever o Brasil eram equivalentes a “espetacular”, “maravilhoso” e “grandioso”. Em segundo lugar, ficou uma categoria de representação que é praticamente consenso em todos os relatos estudados: “praia”, “água” e “mar”, associadas frequentemente a “natureza”, “fauna” e “flora”. Porém, apesar de os resultados parecerem estar relacionados ao “mito fundador” do jardim do éden, foi identificado que na verdade o Brasil estava sendo vendido como um lugar com recursos naturais ilimitados, porém não mais como remoto ou virgem, como era visto no passado. Isso porque após as belezas naturais, os aspectos culturais são os mais abordados, tanto do aspecto arquitetônico e artístico, quanto da vivência do brasileiro, simpático, hospitaleiro, festivo, alegre e com “tradições vivas”. E todo esse conjunto gera um conceito de desenvolvimento e atualidade. (CHAGAS e DANTAS, 2009)

A pesquisa acima direciona para duas considerações muito importantes. A primeira é que a execução do Plano Aquarela tem sido bastante eficiente, por ter conseguido, em quatro anos, mudar conceitos enraizados a mais de um século, pois mesmo com uma resistência da indústria turística nacional, a imagem do país no exterior mudou completamente. E a segunda é a velocidade com que a internet consegue influenciar cenários políticos, econômicos e culturais. Em menos de uma década, ela se tornou essencial para a convivência em comunidade, tomou o espaço de todas as outras mídias na rotina das pessoas, alterou completamente as relações comerciais e a abordagem das empresas com os consumidores e aumentou a velocidade dos variados tipos de interação existentes no mundo. E isso fica mais claro ao avaliar as campanhas publicitárias da esfera privada nos anos seguintes à primeira campanha online da Embratur: ao perceber que a visão externa do país havia sido modificada, as empresas nacionais passaram a alterar também suas estratégias publicitárias. O que o setor público não conseguiu fazer em quinze anos de campanhas de conscientização, processos, debates e congressos, a internet realizou em pouco mais de dois anos.

Em 2013, a multinacional Coca-cola, em parceria com a empresa de aviação Azul, realizaram a campanha “Quanto mais viagens, melhor”, em que as embalagens do refrigerante mostravam os 100 principais destinos brasileiros, como uma forma de incentivar o fluxo doméstico no país e a coleção de latinhas exclusivas (Figura 87). Um ano depois, a Santur, entidade ligada à Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte de Santa Catarina, concorria ao prêmio Abril Publicidade 2014 com a campanha “Isso tudo é Santa Catarina”, cujo conceito explorava a ideia de uma ampla diversidade climática, paisagística e cultural em um curto espaço geográfico, permitindo que os turistas pudessem ter uma viagem rica em experiências distintas, sem a necessidade de se deslocar (Figura 88). Dois exemplos que refletem como o pensamento publicitário mudou de maneira drástica, com nenhuma alusão objetificada da mulher e mais, uma preocupação em exaltar as variedade cultural e a amplitude de possibilidades de experiências possíveis, justamente o pretendido pelo Plano Aquarela. (CARVALHO e ALVES, 2016)

Figura 87 - Campanha “Quanto mais viagens melhor”, da Coca-Cola com a Azul



Fonte: CARVALHO e ALVES, 2016

Em 2012, a Embratur lançou a campanha “*The world meets in Brazil, come celebrate life*” (O mundo se encontra no Brasil, venha celebrar a vida), voltada novamente para a variedade cultural e para as experiências únicas, com o intuito de apresentar o país como um lugar ideal para visitar com os amigos e começar a incentivar os visitantes durante a Copa do Mundo de 2014 (Figura 89). Ela foi publicada basicamente em revistas e redes sociais. Dois anos depois, saiu a primeira campanha direcionada exclusivamente para brasileiros, agora inteiramente voltada para a linguagem da internet e das redes sociais. A “#PartiuBrasil” tinha como principal objetivo incentivar as viagens domésticas, aproveitando o período de férias e as

promoções durante o mundial de futebol, para estimular a população a conhecer os destinos nacionais (Figura 90).

Figura 88 - Campanha “Isso tudo é Santa Catarina” da Santur



Fonte: CARVALHO e ALVES, 2016

Figura 89 - Campanha “The World meets in Brazil, come celebrate life”, da Embratur



Fonte: Embratur

Figura 90 - Exemplos de arte publicitária da campanha “#PartiuBrasil”



Fonte: Montagem da autora com material da Embratur

As peças valorizam principalmente a facilidade de acesso, além da gastronomia e da receptividade dos moradores locais; as cores utilizadas foram mais pensadas para visualização online, com um efeito neon, jovem e chamativo; e a linguagem aproveitou uma gíria muito utilizada na época pelos utilizadores das redes sociais, que surgiu com o uso em fotos e comentários relacionados a eventos e deslocamentos, a #partiu. O orçamento foi de apenas R\$ 4 milhões, investidos basicamente em internet e comerciais em TV fechada, porém as empresas aéreas e sites de turismo apoiaram a campanha espontaneamente, compartilhando o material em suas próprias redes, o que ampliou potencialmente o alcance.

A *hashtag*<sup>67</sup> se espalhou com muita facilidade, sendo amplamente utilizada para promoções de agências de turismo online, eventos de turismo, exposições interativas em aeroportos, colônias de férias e, pela primeira vez no turismo brasileiro, ocorreu uma onda de conteúdo patrocinado nas contas dos chamados *digital*

---

<sup>67</sup> Não foram encontrados textos acadêmicos que explicassem o surgimento desse termo, mas ele é representado por um “#” e passou a ser utilizado com a criação do Twitter, em 2006, uma plataforma para *microblogging*, gênero textual emergente no ambiente digital, que permite postagens de até 144 caracteres. O símbolo era utilizado para classificar as publicações por assunto, de forma que fosse possível pesquisar tudo o que estava sendo dito a respeito de um determinado tema com apenas um clique. Mais tarde, com o surgimento do Instagram, em 2010, ele passou a ser utilizado para a descrição de fotografias, com o mesmo sistema de reunião de materiais correlatos e, um ano depois, já havia se espalhado por todas as redes sociais. Hoje, elas são associadas também a memes (imagens engraçadas, frequentemente utilizadas para representar reações específicas a determinados assuntos, normalmente acompanhadas de crítica e ironia) e a movimentos de campanha online, não necessariamente publicitárias, mas também de manifestações populares. Exemplos: #LulaLivre (campanha política), #VemPraRua (manifestação popular), #PodeSerPepsi (campanha publicitária), #AiGabiSoQuemViviewSabe (meme), #CancelaADireita (meme direcionado para manifestação política popular).

*influencers*: pessoas comuns que começaram a produzir material online, sobre os mais diversos assuntos, e conseguiram uma grande quantidade de seguidores em suas redes sociais, se tornando referências midiáticas e chamando a atenção de marcas, que passaram a patrocinar suas menções “espontâneas” nesses canais (SILVA e TESSAROLO, 2016). O sucesso da campanha foi tamanho, que alguns aeroportos colocaram *tokens* da *hashtag* em seus halls de entrada, para os turistas interagirem, e até o próprio Ministério do Turismo decidiu lançar uma revista online, na sua conta oficial do site Issuu, que não havia sido planejada no projeto original. A Figura 91 apresenta alguns exemplos dessa repercussão.

Figura 91 - Repercussão da campanha “#PartiuBrasil” da Embratur



Fonte: Montagem da autora

Em 2016, o orçamento da Embratur estava bem baixo, devido às crises político-econômicas nacionais, e optou por lançar uma campanha online direcionada para o público doméstico, deixando o foco nos estrangeiros para as marcas patrocinadoras do evento. A #VivaDePerto buscou incentivar os brasileiros a conhecerem as experiências únicas do país, relacionando-as com cerimônias comuns de eventos esportivos, como mostra a Figura 92. As artes mantiveram a mesma estrutura visual da campanha nacional anterior, só que com chamadas mais criativas e imagens mais editadas, com cores tropicais combinadas com paletas de cores e iluminação de filmes

de aventura. Um ano depois, foi lançada a primeira campanha direcionada para uma segmentação específica do público internacional: a América Latina. Os estudos mundiais sobre turismo apontaram que com a alta do dólar, os turistas de países em desenvolvimento iriam optar por destinos mais próximos para economizar, mas que havia uma resistência entre os falantes da língua espanhola de visitarem o Brasil, apesar de todos os atrativos, devido à dificuldade de se comunicar. Assim, a Embratur se posicionou com a campanha “*Aquí hablamos portunhol, en Brasil todo mundo se entiende*” (Figura 93), com algumas artes que apresentavam destinos turísticos mais icônicos e outras que incentivavam cursos de verão para aprender português, todas reforçando a ideia de viagens em família e entre amigos.

Figura 92 - Campanha “#VivaDePerto” da Embratur



Fonte: Montagem da autora com material da Embratur

Figura 93 - Campanha “*Aquí Hablamos Portunhol*”, da Embratur



Fonte: Embratur

É possível perceber que desde o lançamento do Plano Aquarela, tem-se buscado construir uma identidade imagética para as campanhas turísticas brasileiras, com a alta semelhança entre todas as campanhas lançadas desde então. E mais que isso, com o passar do tempo, essa preocupação se torna cada vez mais presente na elaboração dos projetos: enquanto há 10 anos eram analisados os elementos da composição para garantir que não estavam reproduzindo estereótipos; hoje já se avalia a mensagem transmitida pela tipografia, pela iluminação e pela paleta de cores, e esses elementos passaram a ser elaborados com o intuito de transmitir a mensagem de um país energético, animado, ideal para ser visitado “com a galera” ou com a família, seguindo a linha filosófica de que felicidade só existe quando compartilhada, muito comum nas artes publicitárias contemporâneas, principalmente após a campanha “*Share a Coke*”, da multinacional Coca-Cola. Em outras palavras, os projetos têm sido cada vez mais pensados e estudados em seus mínimos detalhes, para garantir que todos os seus componentes estão alinhados com o conceito central e de acordo com as tendências mundiais de venda.

A análise das últimas campanhas da Embratur também permite avaliar a relação do espaço de fala da internet em três fases. Em um primeiro momento, o ambiente online é visto como uma mídia a mais na lista de divulgação, então os conteúdos publicados são meras cópias do material impresso e dos comerciais de TV. Na metade da década, ocorre um protagonismo do online, que passa ser compreendido como ‘a mídia do futuro’ e concentra todas as atenções, principalmente por ser mais eficiente, sendo capaz de atingir um público muito mais amplo, em um curto espaço de tempo e sem a necessidade de grandes investimentos. Essa situação é visualmente perceptível na inserção da *hashtag* no título da campanha e também no fato de esse ser o principal foco das publicações, tanto por ocupar todo o centro imagético das artes em cores chamativas, quanto por ser o único elemento reproduzido pelo público e pelas empresas do setor. E por fim, em uma terceira fase, é possível reparar que a internet tem perdido espaço para o conceito de experiência. As campanhas voltam a ter frases elaboradas e textos de sustentação que enaltecem a possibilidade de o consumidor explorar não apenas novos ambientes, mas novas sensações, únicas; e, apesar de o título da campanha ainda conter uma *hashtag*, ela passa a aparecer discreta no canto inferior da página.

As pesquisas sobre a influência da internet no turismo ainda são bem escassas, apesar do crescente aumento de sua importância no cenário econômico mundial, e não conseguem acompanhar a velocidade com que as circunstâncias se modificam no ambiente online. A compreensão a respeito do seu uso para a criação de imagens dos destinos ainda está “em estado de infância” (CHAGAS e DANTAS, 2009, pág. 3), mas é possível afirmar, sem dúvidas, que desde seu surgimento, passaram a ocorrer mudanças constantes na dinâmica de obtenção de informações, de relacionamento entre consumidor e organizações, de negociação e de compra; sendo que todas elas podem ser concretizadas com apenas alguns cliques e essa dinâmica tem se tornado cada vez mais comum na sociedade como um todo. Logo, “a internet tem-se tornado um importante canal de comercialização de produtos e serviços turísticos, proporcionando, desse modo, um aumento significativo desse setor” (CHAGAS e DANTAS, 2009, pág. 3) e mais que isso, “é tida como um importante meio para a criação e a manutenção de uma imagem de destino destacada” (CHAGAS e DANTAS, 2009, pág. 3), estimulando seu sucesso no processo de diferenciação no mercado.

Contudo, ainda não existe consenso em relação aos aspectos básicos relacionados a esse tema, como conceituação, dimensões, fatores de influência, métodos de avaliação e medição, e sobre o funcionamento do próprio processo em si. “O número de conceitos dados ao construto imagem é quase igual ao número de pesquisadores que o investigam” (CHAGAS e DANTAS, 2009, pág. 4). As trocas, tanto informacionais quanto comerciais, ocorrem sem nenhuma regra ou legislação estruturada, o que tem reduzido consideravelmente o controle das entidades responsáveis por gestão e marketing de destinos turísticos. Dessa forma, o espaço online tem funcionado como um grande laboratório para o setor, em que as empresas testam suas teorias livremente, descobrem o que funciona ou não de maneira empírica e não se responsabilizam pelos possíveis efeitos colaterais de suas decisões, visto que não há estudos comprovando relações de causa e efeito. (CHAGAS e DANTAS, 2009)

A grande diferença do turismo para os demais setores da economia é que com o advento da internet, o consumidor tem mais poder do que qualquer estratégia de mercado para melhorar ou inferiorizar a imagem dos lugares por onde passa. São os consumidores que mais são ouvidos a respeito dos produtos experimentados e suas

qualidades; como também os que mais se pronunciam sobre problemas, dificuldades e descumprimento de contratos, quando estes ocorrem, principalmente no ambiente online. (SOUZA e BRITO, 2014) O fenômeno das redes sociais permite que as pessoas se reúnam com outras que não são necessariamente conhecidas, mas que compartilham algum interesse em comum, e troquem informações sobre os mais variados assuntos. Aqueles com a habilidade de formar opiniões têm se destacado como pontos originários de novas redes ou ícones de ligação entre as que já existem, atraindo assim as marcas que desejam anunciar seus produtos e serviços para os públicos específicos que compõem cada uma delas. E dessa forma, seus conteúdos se tornam veículos de divulgação, “uma vez que o endosso desses indivíduos transfere o reconhecimento, confiança e respeito do endossante para o produto anunciado” (ALMEIDA, COELHO, JUNIOR e GODOY, 2018, pág.117).

Formadores de opinião são importantes para o marketing porque entregam, por meio da prática do endosso, informações sobre produtos, fornecem recomendações e comentários considerados mais realistas, além de proporcionar conhecimento profissional adicional, que ajudam empresas a divulgar produtos ou serviços. (ALMEIDA, COELHO, JUNIOR e GODOY, 2018, pág.119)

As pessoas tendem a dar mais atenção e terem mais confiança em informações oriundas de contatos pessoais do que em informações recebidas por meio de mensagens vindas diretamente de empresas. Os departamentos de marketing das organizações junto com agências de publicidade estão buscando formas de influenciar as indicações entre pessoas, inserindo seus produtos e serviços dentro desse contexto. (GOMES e GOMES, 2017, pág. 6)

Essa dinâmica modificou o fluxo comunicacional tradicional, que antes ocorria do detentor de mídia influenciador para o público influenciado em uma via de mão única; para uma realidade em que qualquer um pode ganhar influência por produção própria de conteúdo, escolher por quem vai se deixar influenciar e ao mesmo tempo pode ter uma participação de opinião ativa em relação a qualquer conteúdo existente, inclusive o das mídias tradicionais. Essa participação, denominada engajamento, consiste em curtir, comentar e marcar outras pessoas, e é a métrica mais utilizada atualmente para verificar o sucesso de uma campanha na internet. (ALMEIDA, COELHO, JUNIOR e GODOY, 2018) “Alessandro Visconde considera que vivemos hoje a era da Geração 3C's, onde o que prevalece é curtir, comentar e compartilhar” (GOMES e GOMES, 2017, pág. 9). O grande problema é que um bom engajamento nem sempre aumenta a quantidade de vendas e ainda não há um estudo conclusivo

sobre a real relação entre esses dois fatores. (ALMEIDA, COELHO, JUNIOR e GODOY, 2018)

Além disso, o sucesso dessas interações costuma gerar alguns efeitos colaterais. Karhawi (2017), afirma que a possibilidade de uma pessoa comum produzir um conteúdo e se tornar um agente influenciador social, ou seja, se fazer ver perante a sociedade, tem gerado uma supervalorização da imagem na indústria cultural. (KARHAWI, 2017) A visibilidade se torna o ponto de partida para a troca de informações que legitimam a imagem de pessoas, organizações e nações; sendo a interação entendida sua como matéria-prima. (DREYER, 2017) Mais do que se sentir incluídas em um grupo social, as pessoas passaram a sentir a necessidade de influenciar seu próprio grupo e obter o chamado capital social: demonstrações de reconhecimento. (KARHAWI, 2017) “A quantidade de capital social que um sujeito possui é diretamente proporcional ao tamanho das redes de conexão que ele consegue mobilizar” (BOURDIEU, 1997, apud. KARHAWI, 2017, pág. 10), e “esse processo (...) é ininterrupto uma vez que o reconhecimento deve ser continuamente reafirmado. Além disso, não é possível ser detentor do capital social já que este “[...] não está nos sujeitos, mas nas relações entre as pessoas” (RECUERO, 2014, pág. 49, apud. KARHAWI, 2017, pág. 10).

Assim, a fama e o status, adquiridos com capital social e reconhecimento público, se tornam dependentes exclusivamente da imagem apresentada pelos influenciadores digitais, e estes passam a ser comercializados como produtos, meros agentes de suas imagens, pagos com patrocínio. Dessa forma, surge uma necessidade de espetacularização da própria personalidade, com estratégias performáticas e adereços técnicos, para manter sua imagem, a própria marca, a fim de encarnar um personagem atrativo suficiente para competir no mercado. (MOREIRA e RIOS, 2016) “São nossos vizinhos, nossos colegas de classe (...) que (...) fazem parte de um ideal de vida mostrado nas redes sociais. No entanto, muito desse ideal é parte de nada mais, nada menos do que a grande espetacularização da sociedade. (MOREIRA e RIOS, 2016, pág. 9)

Adorno e Horkheimer (1947), inventores do conceito de indústria cultural, afirmam que a partir do momento em que as pessoas se tornam objetos, e não sujeitos do ato de compra, os produtos passam a tomar o protagonismo, sendo apresentados

como únicos, exclusivos e individuais, criando uma ilusão de necessidade. (ADORNO e HORKHEIMER, 1947) E essa criação imagética supervalorizada gera esperanças exageradas sobre as coisas e, no caso do turismo, lugares, existentes, fazendo com que as pessoas passem a esperar tudo a todo momento, ao ponto de desejarem coisas contraditórias como “ambientes espaçosos e compactos”. E a tendência é a de que, quanto mais valorizada for a imagem construída em relação ao real oferecido pelo mercado, maiores serão as exigências da população e, na medida em que estas se distanciam da realidade, maiores são as frustrações. (BOORSTIN, 1971)

Boone e Kurtz (1998, apud. SOUZA e BRITO, 2014) nomeiam de dissonância cognitiva esse movimento de consumidores que adquirem produtos pelas suas imagens e depois sentem que suas expectativas não foram atendidas. Já Macluhan (1964), afirma que quanto mais tempo as pessoas são expostas aos meios de comunicação de massa, menos importantes se tornam os conteúdos diante do ato de consumo em si. Ou seja, passa-se a consumir pelo hábito, e não mais pela necessidade interesse ou desejo do produto, e assim, “as obras de arte e as próprias ideias, se não as pessoas, são criadas, negociadas e consumidas como bens cada vez mais descartáveis” (RÜDIGER, 2001, pág. 139). E no turismo, essa situação se reflete em conteúdos que se preocupam cada vez mais em fazer com que o consumidor tenha uma experiência online o mais realista possível do lugar ao qual ele está sendo incentivado a ir, com textos coloquiais e extremamente descritivos, acompanhados de fotografias estonteantes, mas extremamente editadas e friamente calculadas nos mínimos aspectos para causar sensações específicas. (RODRIGUES, 2007)

O jornalista Ricardo Freire se aventura a percorrer a pé as praias mais bonitas (e desertas) do sul da Bahia. Ao descrever suas caminhadas ele é muito coloquial em seu texto, falando das dificuldades das pedras escorregadias, do sobe e desce das marés. Uma clara tentativa de – como se isso fosse possível – levar o leitor a refazer com ele o percurso. Como se o turismo não fosse uma atividade só possível através da experimentação. (RODRIGUES, 2007, pág. 12).

No cenário atual, imerso nas tecnologias e dinâmicas do ambiente online, e no qual o turismo tem na comunicação a base essencial para a sua sobrevivência e desenvolvimento, é preciso encontrar uma maneira de reverter esse processo de valorização imagética em busca da aprovação social. Isso, porque quanto mais as pessoas se esforçam para criar personagens de si mesmas, objetificados com o intuito

de se vender por influência e fama, mais a experiência turística se reduz a um mero fundo fotográfico para exploração midiática, perdendo toda a sua essência enriquecedora, educativa, de intercâmbio cultural e desenvolvimento econômico. Ao invés disso, se torna uma atividade vazia de significado, amplamente reproduzida pelo mero desejo de pertencimento, e predatória da cultura e do meio ambiente locais.

Hoje, são frequentes as notícias de filas enormes, acompanhadas de montanhas de lixo, em patrimônios da humanidade, exclusivamente para conseguir publicar fotografias nas redes sociais<sup>68</sup>; de locais conhecidos mundialmente por imagens construídas e editadas, que todos já sabem que não existem, mas que ainda assim geram filas de interessados em ter suas ‘memórias’ construídas<sup>69</sup>; de pessoas se submetendo a lixo tóxico de ambientes poluídos, porque a radioatividade gera efeitos interessantes para as fotografias<sup>70</sup>; e de projetos socioambientais que fazem questão de manter condições degradantes para garantir o atrativo dos turistas interessados em fazer trabalho voluntário<sup>71</sup>. Assim, o incentivo do turismo, por parte dos *stakeholders*, apenas pelo seu valor econômico, reforçando hábitos de consumismo, ao invés de auxiliar no crescimento das nações, contribui para a sua gradual destruição.

---

<sup>68</sup> Matéria “Busca por ‘likes’ causa filas e mortes no Monte Everest, diz alpinista”, do dia 29 de maio de 2019. Disponível em: <<https://esporte.ig.com.br/maisesportes/2019-05-29/busca-por-likes-causa-filas-e-mortes-no-monte-everest-diz-alpinista.html>> Acesso em: 25/07/2019.

<sup>69</sup> Matéria “O lago de Bali que só existe no Instagram (e outras ilusões), do dia 17 de julho de 2019. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2019/07/17/fugas/noticia/ilusao-torna-realidade-publico-ese-ilusao-instagram-1880137>> Acesso em: 25/07/2019.

<sup>70</sup> Matéria “Influencers amam um lago de chorume químico na Sibéria”, do dia 12 de julho de 2019. Disponível em: <[https://www.vice.com/pt\\_br/article/vb9add/influencers-amam-um-lago-de-chorume-quimico-na-siberia](https://www.vice.com/pt_br/article/vb9add/influencers-amam-um-lago-de-chorume-quimico-na-siberia)> Acesso em: 25/07/2019.

<sup>71</sup> Matéria “Volunturismo: o risco do turismo de voluntariado que movimenta milhões”, do dia 19 de dezembro de 2018. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/11/eps/1544541087\\_701313.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/12/11/eps/1544541087_701313.html)> Acesso em: 25/07/2019

## 6. ANÁLISE

O turismo é uma atividade econômica muito recente, pois apesar de ter surgido como modelo de negócio comercial em 1841, a partir da primeira excursão de Thomas Cook, só foi reconhecido pela comunidade internacional como necessário para o desenvolvimento econômico das nações em 1960, quando foi inserido pela primeira vez na agenda política da ONU e passou a ser pensado de maneira estratégica pelos governos. E em pouco menos de 60 anos, o setor apresentou desempenho é similar e comparável ao da indústria de transformação do século XX, que resultou no processo de urbanização dos países e no de fabricação e comercialização de produtos em grande escala. Hoje, a demanda turística é de 1,4 bilhões de pessoas, com crescimento anual de 3% e tendência de amplitude cada vez mais rápida, dado o movimento de peregrinação mundial, impulsionado pela globalização.

Visto que para viajar, uma pessoa necessita basicamente de tempo e recursos, as tendências sociais contemporâneas também têm impulsionado esse crescimento, com as novas relações empregatícias, que não exigem presença física, pagam melhor seus funcionários e valorizam tempo livre saudável; a concentração populacional nas grandes cidades, que faz com que as pessoas sintam constantemente uma necessidade de escapar e sentir novos ares; a ampliação do acesso à saúde, que permitiu uma geração de idosos saudáveis, aposentados, com tempo livre e disposição; e o aumento de pessoas solteiras e divorciadas, com agenda livre, sem responsabilidades relacionadas a filhos e com mais autonomia no gerenciamento de recursos pessoais. Tudo isso tem resultado na ampliação gradativa de uma classe média ansiosa para desfrutar de atividades de lazer que há alguns anos pareciam inalcançáveis e agora estão acessíveis. No Brasil, por exemplo, as classes C1, C2 e D apresentaram, respectivamente, aumentos de 64%, 147% e 223% nos gastos com viagens entre 2013 e 2018.

Esse cenário econômico tem incentivado cada vez mais lugares a investir no turismo, inclusive como principal fonte de recursos para o desenvolvimento, visto que é uma atividade altamente lucrativa e eficiente para o giro de capital. Em 2018, além da receita arrecadada pelos destinos, o setor gerou US\$ 211 bilhões em exportações através de passageiros, totalizando US\$ 1,6 trilhão em exportações, uma média de US\$ 4 bilhões ao dia. Esse valor representa 10% do PIB global, 7% do total de

exportações e 30% das exportações de bens e serviços. Dado esse desempenho, o turismo tem ocupado o terceiro lugar no ranking de comércio e serviço internacional por cinco anos consecutivos, e é líder nacional em alguns países. Além disso, é a atividade que mais gera emprego e renda em todo o mundo, sendo responsável por 1 a cada 10 empregos diretos ou indiretos.

O papel social desempenhado pelo setor, contudo, não se resume ao oferecimento de postos de trabalho: é uma atividade educativa, que permite aprendizado imersivo e interativo sobre cultura, história, artes, geografia e meio ambiente, que aumenta a capacidade de recordação e incentiva um maior número de conexões cerebrais, estimulando também o raciocínio lógico. E mais, facilita a mudança de comportamentos prejudiciais, como preconceito, racismo, violência, degradação ambiental e segregação da baixa renda; por tirar as pessoas de suas zonas de conforto, tornando-as mais receptivas a novos hábitos e conceitos, e promover a interação com indivíduos de diferentes culturas, ideologias, aparências, orientações sexuais e classes sociais. O turismo contribui, assim, para o intercâmbio cultural e intelectual dos povos.

O setor é composto por quatro componentes principais: pela oferta, que são os produtos locais; pela demanda, representada pelos turistas; pelos espaços físico-geográficos, onde ocorrem as interações entre oferta e demanda; e pelos operadores de mercado, que promovem o encontro dos demais. E o que torna esse sistema complexo é a abrangência do produto turístico, porque ele inclui tudo aquilo que envolve a permanência do turista em uma localidade: hospedagem, transporte, alimentação, lazer, saúde, segurança, comércio, educação, poluição, enfim, tudo que é necessário para a vida em sociedade. Isso faz com que o turismo seja extremamente dependente de todos os setores de infraestrutura básica para o desenvolvimento, e não consiga apresentar bons resultados econômicos se as localidades não possuírem a estrutura necessária para a ampliação do fluxo de transeuntes, podendo inclusive causar prejuízos, como degradação histórico-ambiental e descaracterização cultural. Portanto, os países que desejam desenvolver a atividade com eficiência precisam deixar de pensar a gestão nacional como um conjunto de setores independentes que se relacionam para pensar em soluções de desenvolvimento integrado.

O conceito de atividade turística também é extremamente amplo: qualquer deslocamento com duração inferior ou equivalente a um ano, para a prática de atividades que fujam do espectro de trabalho. Ou seja, qualquer lugar pode ser um lugar turístico, porque só a presença de escolas, postos de saúde e mercados, infraestruturas necessárias para a sobrevivência e desenvolvimento de qualquer comunidade contemporânea, já permite a presença e a interação de visitantes. Isso abre espaço para um leque praticamente infinito de possibilidades de inovação dentro do setor, com novos modelos de viagem, diferentes motivações, direcionamentos inovadores, estruturas criativas de negócio, enfim, existe muito material a ser explorado para a ampliação e diversificação dessa atividade.

É importante ressaltar que existem comportamentos que são replicados em todas as camadas da sociedade, em todas as regiões do globo, e que mudam conforme o cenário político e socioeconômico. A chamada tendência turística já passou pela busca por grandes obras de arte e cenários históricos, por lugares paradisíacos, pelas grandes capitais econômicas, por grandes eventos culturais e, hoje, é definida pela busca de lugares inexplorados e experiências significativas, culturas desconhecidas, culinárias autênticas, contato com a natureza e opções sustentáveis de viagem. Contudo, a amplitude do conceito permite que, literalmente, qualquer ser humano do planeta pode ser um turista em potencial, o que resulta, por consequência, na ampliação da demanda do setor, cuja principal característica é a heterogeneidade. As pessoas possuem diferentes gostos, preferências, prioridades, desejos, amores, hobbies, interesses, rotinas, necessidades, sentimentos, idades, rendas e crenças, e para cada possível grupo que tenha alguma dessas coisas em comum, é possível criar um negócio turístico ou até mesmo um segmento de mercado.

Mas é interessante que o setor privado, que hoje já passa por um processo de humanização e busca causar impactos sociais positivos, passe a trabalhar em parceria com a gestão pública e a estudar as necessidades de cada localidade, oferecendo produtos e propondo iniciativas que auxiliem na execução dos planos administrativos. Dessa forma, é mais fácil conseguir financiamentos, propostas de parcerias e divulgação. Em contrapartida, é importante que o governo torne públicos, acessíveis e amplamente divulgados os seus planos administrativos, para que a comunidade de empreendedores das mais variadas classes sociais possa

compreender o que é necessário em seus lugares de atuação e possam elaborar projetos condizentes. Também é preciso oferecer as capacitações necessárias para o planejamento e gestão eficiente dos projetos e o auxílio necessário para adaptação e viabilidade, garantindo o interesse de financiamento a juros baixos por parte de bancos e outras instituições de apoio.

## **6.1 Panorama Nacional**

O Brasil está em primeiro lugar no ranking mundial de recursos naturais e em oitavo no de recursos culturais, com uma vasta quantidade de biomas, paisagens naturais, arquiteturas, folclores e culturas regionais pouco conhecidas no cenário internacional; quadro que transforma o território nacional no perfil exato de destino para suprir as atuais tendências turísticas, assim como todas as anteriores. O país começou a atrair visitantes para a sua vasta costa de clima tropical na década de 1960, e, nesse mesmo período, foram criados o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) e o Conselho Nacional de Turismo, que juntos regulamentaram as relações comerciais e definiram uma política nacional para o setor. Mas, os estudos sobre o impacto da atividade turística na economia nacional só começaram a partir de 2003, com a criação do Ministério do Turismo e o lançamento do primeiro Plano Nacional de Desenvolvimento. O potencial do setor no território, entretanto, é o maior de todo o parque econômico, com capacidade de inserir o capital necessário para a recuperação da dívida ativa, de maneira rápida e eficiente, porque incentiva a entrada de dólares sem taxas no mercado nacional.

Em 2018, o turismo teve uma participação (direta e indireta) de US\$ 152,2 bilhões na economia brasileira, o equivalente a 8,5% do PIB, e tem previsão de crescimento de 3,3% até 2027, de acordo com o Conselho Mundial de Turismo (WTTC), valores que o colocam em quinto lugar na balança de exportações nacionais. Foram 7 milhões de chegadas internacionais, a demanda internacional está em constante crescimento desde 1970 e teve um aumento de 31,1% na última década. Além disso, mais de 60 milhões de brasileiros realizam turismo doméstico por todo o território e isso não chega ser nem um terço da população, o que significa que só incentivando público nacional, é possível ao menos dobrar os atuais rendimentos do setor.

Hoje, o Brasil é a sexta maior economia turística do mundo, o 9º país que mais investe em turismo, a 11ª maior contribuição direta do turismo para o PIB global e a 5ª maior para o emprego, com 8,5 milhões de postos de trabalho. O turismo é o 7º assunto mais anunciado no país e este mercado nacional é o segundo que mais cresce no e-commerce, mais de 15% ao ano, tornando o processo online o favorito dos brasileiros: 75% das pessoas pesquisa sobre turismo online no país, 19% realiza compras em agências através da internet, 50% realiza compras diretamente no site do fornecedor de serviços e 3% realiza pagamentos nos próprios mecanismos de busca. A confiança no serviço online permite mais conforto e praticidade e, quanto menor o esforço, maior o incentivo para o ato da compra, logo, a ampliação desses serviços tem incentivado o aumento constante da demanda nacional. Atualmente, brasileiros viajam 5 vezes ao ano e o país é o 9º maior mercado de aviação doméstica.

Porém, apesar dos números positivos e do potencial de crescimento, ainda há muito o que melhorar: o país está em 39º lugar no ranking de serviços turísticos, em 44º na lista de países receptores de turistas e em 137º lugar no quesito condições para abrir um negócio em turismo. Essas colocações são inaceitáveis no país com condições para ser a maior economia turística do mundo, e se dão pelo excesso de burocracia para se inserir no mercado, somada à incerteza política das crises e casos de corrupção, à presença de oligopólios nos principais setores de desenvolvimento e também à desvalorização dos funcionários envolvidos na atuação direta do turismo.

O setor turístico brasileiro cresceu em duas frentes distintas, separadas em 7 atividades características do turismo (ATCs): alojamento, agências de viagem, cultura e lazer, transportes, aluguel de transportes, auxiliar de transportes e alimentação. A primeira frente, dos serviços oferecidos em escala local, começou com uma série de negócios informais que, com o passar do tempo, foram crescendo e conquistando a legalidade, sendo hoje a maior parcela de participação no setor: das mais de 41 mil empresas registradas no Cadastur, 95% possui até 10 funcionários e a distribuição é de 52% para alimentação, 19% para transporte terrestre e 16% para alojamento, enquanto agências de viagem ficam com apenas 5%. Já a segunda, composta por operadoras turísticas e empresas aéreas, começou com poucas iniciativas formais, pois eram poucas as pessoas que cumpriam com os pré-requisitos e tinham o

montante de dinheiro necessário para abrir uma empresa na época, e que se desenvolveram junto com as grandes cidades, em um ritmo acelerado.

A garantia de alta demanda, somada à ausência de concorrência, permitiu que fossem estipulados preços bem acima da margem de custos e ainda garantiu descontos com os fornecedores, pela realização de compras em grande escala. O excesso de lucros resultou em uma rápida expansão dessas empresas pelo território e, com o passar dos anos, apesar de a burocracia para se abrir um negócio ter sido reduzida e os financiamentos facilitados, essas primeiras operadoras já haviam conquistado a fidelidade da população e influência política suficiente para ditar os padrões de preço e qualidade (por serem de grande porte e pesarem na balança de mercado). Então, apesar de a maioria do setor ser composto por micro e pequenas empresas, que representam 51,6% da mão de obra, elas são responsáveis por 39,7% da renda nacional e apenas 27% do PIB, visto que a maior parte do capital está acumulado nos oligopólios, situação que, inclusive, se repete em vários outros setores da economia. Logo, para se inserir no mercado hoje, uma empresa pequena lida com custos maiores de serviço, por não ter descontos, e concorrentes nacionais fidelizados que lançam frequentes ofertas promocionais. Como consequência, 1 a cada 4 empresas criadas após a virada do milênio fecha com menos de dois anos de existência.

O baixo orçamento das empresas, as dificuldades de captação de clientes e as baixas margens de lucro acabam resultando na exploração de funcionários para garantir a sobrevivência do negócio, com a redução dos salários e o aumento da carga horária. Isso aumenta a rotatividade e desvaloriza a profissão, que passa atrair somente mão de obra desqualificada para o exercício das funções. O perfil do funcionário de agência turística hoje é: ensino médio ou ensino superior incompleto, sem nenhum tipo de especialização, trabalhando há menos de 12 meses em uma empresa pequena, com carga superior a 40h semanais e recebendo menos de dois salários mínimos. É importante ressaltar também que os perfis regionais são muito semelhantes com o perfil nacional, uma confirmação do fato de que o problema está na estruturação do setor e não na desigualdade de desenvolvimento regional.

Nos últimos quinze anos, o governo tem buscado auxiliar na criação e desenvolvimento de novas empresas através de financiamento a juros baixos. Em

2018, o Fungetur liberou R\$450 milhões para projetos do setor, a Embratur e o Sebrae anunciaram mais R\$200 milhões e o BNDES mais R\$5 bilhões. Além disso, o Ministério do Turismo tem investido em bolsas para cursos superiores e cursos técnicos gratuitos. Mas, o currículo é basicamente um aglomerado de matérias de administração, economia e gestão, então as pessoas preferem fazer esses cursos específicos, ao invés do turismo, por oferecerem uma amplitude maior de oportunidades no mercado de trabalho. Depois de formados, geralmente acabam recebendo ofertas melhores e desistindo do setor.

Em outras palavras, o auxílio federal tem sido insuficiente. É preciso garantir a inserção dessas pequenas empresas no mercado, decretando medidas legislativas contra a prática de oligopólio e melhorando a fiscalização; e mudar a estratégia de qualificação da mão de obra: ao invés de oferecer a formação para os interessados, é preciso fornecer especialização em turismo para quem já possui um diploma de gestão ou administração. Também é necessário garantir a permanência dos profissionais qualificados nos seus devidos postos de trabalho, com a criação de um programa social semelhante ao Mais Médicos, por exemplo, que ofereça subsídio parcial dos salários, e que ao mesmo tempo seja financiado pela esfera privada, como é o caso do Plano Nacional de Mobilidade Urbana, que tem captado o apoio de empresas relacionadas à causa dos acidentes de trânsito para a produção de uma plataforma nacional de segurança viária. Nesse projeto<sup>72</sup>, a Ambev é a maior contribuinte e tem utilizado o projeto como branding e estratégia de humanização do negócio para aproximação dos clientes, afirmando que se sente responsável por todas as mortes causadas pelo uso de álcool na direção. E os interessados no ramo de empreendedorismo turístico também precisam pensar em novos formatos e estratégias de negócio que consigam competir com as grandes empresas, combatendo a formação de oligopólio por várias frentes.

Outra grande dificuldade das pequenas empresas do setor de turismo e a ausência de capital para financiamento de estrutura própria, o que as torna dependentes das condições públicas locais de acesso, segurança, alimentação e

---

<sup>72</sup> Saiba mais em: <<https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/parceiros/ambev/2018/11/27/noticia-publicidade-ambev,721793/em-busca-de-ruas-que-perdoem-os-erros-humanos.shtml>>  
Acesso em: 28/06/2019

conforto. Já as grandes empresas, apesar de possuírem o capital necessário, não se preocupam muito com a qualidade e o conforto, visto que os padrões de mercado são baixos, ou, quando se preocupam, aumentam drasticamente os preços. Normalmente, os turistas brasileiros acreditam que a infraestrutura proporcionada é de má qualidade, percebida como não compatível com os preços cobrados. O Brasil tem histórico de subfinanciamento da infraestrutura e, desde a época do golpe militar, dedica menos verba do que o valor mínimo necessário para a manutenção de alguns setores, além de realizar uma distribuição desbalanceada, investindo a maior parte dos montantes onde a situação já está mais favorável. Pois isso, que o país ocupa o 114º lugar nesse ranking mundial. Mas é preciso entender os motivos dessa ausência de investimentos.

## **6.2 O Problema da Infraestrutura**

O Brasil saiu de uma situação em que a maioria da população era composta por fazendeiros e mineradores, em um território desenvolvido apenas na região sudeste, devido à construção de ferrovias para o transporte de café e pedras preciosas do interior da região até os portos, possibilitando a exportação dessas matérias primas; para uma nação majoritariamente urbana e concentrada em grandes cidades, com empresas, indústrias, comércios competitivos, superlotação, exploração de mão de obra, greves trabalhistas, necessidade de amplas redes de água e esgoto, e mais todas as demais complexidades de uma cidade moderna, em menos de 60 anos. Basicamente, o governo federal não teve nem o período de uma geração inteira para planejar e preparar as cidades para receber tamanha demanda. Todos os planos e gastos realizados nesse período foram voltados para tentativas de amenizar o ônus dessa transição, mas o orçamento não multiplicou na mesma velocidade das demandas e era simplesmente impossível gerenciar tudo de uma vez. Então acabou que os centros das cidades se desenvolveram, enquanto as periferias se tornaram cada vez mais irregulares.

É importante parar para pensar também que a estrutura de gestão governamental que existe hoje não é assim desde sempre, ela também foi sendo construída e elaborada na medida em que as demandas iam surgindo, e os gestores não possuíam um histórico de administração urbana ou um manual de boas práticas para se pautar, e nem eram grandes gênios da análise sistêmica, então as soluções foram apresentadas na base da tentativa e erro. O primeiro plano elaborado de

infraestrutura apresentado por um presidente é datado de 1948, quando mais de 35% da população já estava instalada nas cidades, e ainda assim, ele exigiu mais dinheiro do que o previsto para ser executado e o então presidente optou por imprimir mais moeda sem lastro. Hoje em dia, todo mundo sabe que fazer isso aumenta a inflação e gera crise financeira, mas naquela época, essa solução ainda não tinha sido testada e os estudos de mercado não eram tão avançados, então as pessoas trabalhavam no máximo com suposições.

Todos os governos seguintes, até o final do século XIX, se viram obrigados a fazer malabares com o orçamento disponível, para recuperar a crise causada pelo governo anterior, reduzir os efeitos negativos das soluções que eles mesmos propuseram e deram errado, e ainda arrumar formas de suprir todas as necessidades pré-existentes de infraestrutura da população. Esta que, além de ter se concentrado majoritariamente nas cidades (81%), cresceu dez vezes de tamanho e apresentou novas demandas, como o acesso à comunicação, o direito à liberdade de imprensa e liberdade de opinião, o voto secreto, a inserção das mulheres no mercado de trabalho, os direitos iguais entre os sexos, a organização das favelas, a regulação dos mercados, as normas de segurança, entre outros, que aumentaram a complexidade da estrutura governamental. E o resultado desse cenário foi uma recessão inflacionária que durou vinte anos.

Em outras palavras, foi um século inteiro de gerenciamento de crises, e o Brasil só foi conseguir começar a investir de verdade no seu desenvolvimento após o Plano Real, acompanhado das privatizações, que conseguiu conter a inflação e estabilizar a economia. Até os anos 2000, a única região bem desenvolvida era o Sudeste, e ainda assim, era a que mais sofria com o crescimento de periferias e comunidades irregulares, com cerca de 1 milhão de favelados dispostos em mais de 1.600 núcleos. Os mapas das páginas 131 e 132 apontam que a tendência de crescimento do país é uma expansão a partir do centro econômico, tanto em escala nacional, do Sudeste para as regiões do entorno e depois para as mais afastadas, quanto estadual, das capitais para o interior, e local, dos centros das cidades para as periferias.

Mas apesar de todas as dificuldades, durante a primeira década do milênio, o país deu um salto de crescimento significativo, o que é visivelmente perceptível nos mapas recentemente citados. Nesse período, o Brasil saiu de um alto índice de

vulnerabilidade social para um de classificação baixa. O sistema público de saúde teve um aumento de verba de 72% acima da inflação entre 2002 e 2014. Com a crise elétrica de 2001, devido ao aumento da demanda, esse setor recebeu um aumento de emergência considerável no orçamento, de R\$18 bilhões, que se manteve pelos anos seguintes para garantir a ausência de quedas de energia. Entre 2003 e 2009, foram investidos R\$25 bilhões em saneamento, o equivalente a 0,13% do PIB do período, resultando em um crescimento anual de 1%. O primeiro Plano Nacional da Educação foi lançado em 2002 e, até 2015, o orçamento saiu de 0,9% do PIB para 5,6%.

O Ministério das Cidades foi criado em 2003, com um orçamento de R\$7 bilhões e, em 2009, esse valor havia aumentado para R\$62 bilhões, inteiramente direcionados para programas de financiamento para a baixa renda, urbanização de favelas, ampliação das redes de água e esgoto e assistência para a elaboração de projetos de construção habitacional. Vale ressaltar que 70% dos investimentos foram aplicados para a faixa da população que recebia de zero a três salários mínimos. No mesmo ano, a mobilidade urbana foi reconhecida como função social e econômica essencial para o desenvolvimento, recebendo R\$120 bilhões até 2018 para obras no setor. As rodovias, principal modal do país, também começaram a receber verba em 2003, mas o ano de maior orçamento, que foi 2010, teve cerca de 0,26% do PIB. Já o investimento nos aeroportos e ferrovias só começou a ser significativo a partir de 2005, enquanto as hidrovias só foram receber atenção em 2009, com o Plano Nacional de Logística Portuária, que acabou resultando em um crescimento anual de 10%, até o país entrar em crise e o modal ser paralisado novamente.

Em 2005, a dívida do país com o Fundo Monetário Internacional (FMI) foi quitada e, pela primeira vez em 30 anos, foi lançado um projeto de investimentos. O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) teve uma execução que, no histórico de projetos do país, pode-se chamar bem-sucedida, com a conclusão de 60% das obras planejadas. Contudo, em 2010, apesar de todos os projetos e avanços administrativos, o total investido na década foi equivalente aos valores gastos por países já desenvolvidos, ficando bem atrás de economias em ascensão, como China e Índia. Então, mesmo com leis e projetos nacionais, o país ainda não conseguiu garantir nenhum desses serviços a 100% da população.

A maioria das microrregiões brasileiras foram classificadas com um baixo grau de infraestrutura urbana, com incidência de 95% no Norte, 57% no Nordeste, 67% no Centro-Oeste e 50% no Sul. Enquanto isso, no Sudeste, mais da metade das cidades foi classificada como média ou alta. Na verdade, 92% das áreas com alto grau de desenvolvimento estavam localizadas em São Paulo e Minas Gerais, os grandes centros de desenvolvimento urbano desde o final do século XIX. O repasse de verba também é desbalanceado entre as grandes regiões, resultando no aumento constante da desigualdade social: enquanto São Paulo possui 95% das moradias com acesso a água e 88% com acesso a esgoto; a região Norte tem índices de, respectivamente, 49% e 7%; e no Nordeste, o analfabetismo é duas vezes maior do que a média nacional e quatro vezes maior do que os números registrados no Sul e no Sudeste do país.

Outro problema grave do Brasil é o esvaziamento institucional, político e financeiro dos órgãos municipais e estaduais, que possuem uma falsa autonomia em relação ao poder central, mas recebem um repasse desproporcional e a quantidade de recursos disponíveis é ínfima, comparada com as despesas, o que prejudica o aporte de instrumentos necessários para planejamento e regulação. A mão de obra gestora também não é qualificada o suficiente para a elaboração, execução e fiscalização dos projetos necessários para o desenvolvimento, então acaba perdendo oportunidades de financiamento através dos programas federais e ficando sujeita aos interesses dos players influenciadores locais, sendo obrigada a investir onde já há uma situação favorável, na manutenção e inovação das áreas centrais. O excesso de burocracias também resultou em retenção de verbas em vários setores e, com as crises econômicas, políticas e sociais que ocorreram entre 2010 e 2017, o investimento em infraestrutura caiu para 1,69% do PIB, a metade do valor necessário para a manutenção das construções já existentes, deixando o Brasil em 114º lugar em termos de infraestrutura mundial.

As dificuldades econômicas somadas à reforma trabalhista do presidente Temer resultaram no aumento do desemprego e na precarização do trabalho e a Lei do teto de gastos limitou o orçamento dos órgãos ao valor do ano anterior, mais o ajuste da inflação, durante um prazo de 20 anos. Quase 5 mil obras do PAC foram estagnadas; as verbas direcionadas ao Minha Casa Minha Vida foram reduzidas,

principalmente nas faixas dedicadas à população de zero a três salários mínimos; o orçamento de mobilidade urbana dedicado para obras estaduais, de R\$11,9 bilhões, caiu quase que pela metade, para R\$6,3 bilhões; o setor de transportes passou a trabalhar com menos da metade dos investimentos programados e o modal ferroviário teve corte de 74%, o aéreo de 44% e o rodoviário de 20%; o orçamento do Ministério da Educação sofreu corte de R\$5 bilhões e as universidades públicas tiveram 30% de contingenciamento na verba direcionada para pesquisas científicas, contas de luz e pagamento de terceirizados.

O único serviço que não sofreu cortes e, por isso, chegou mais perto da universalização, foi a energia elétrica: 99,8% das casas brasileiras estão iluminadas. Em 2004, foi introduzido o Novo Modelo de Setor Elétrico, que definiu as regras de comercialização e exploração dos potenciais hidráulicos, recém privatizados pelo governo FHC; criou a Empresa de Pesquisa Energética, para subsidiar o planejamento técnico, econômico e socioambiental dos empreendimentos do setor; e mais três órgãos, sendo eles a Câmara de Comercialização de Energia Elétrica, o Comitê de Monitoramento do Sistema Elétrico e o Comitê de Gestão Integrada de Empreendimentos de Geração do Setor Elétrico, para garantir segurança no suprimento, tarifas acessíveis e a inserção social através dos programas de universalização, como o Luz para Todos. Esse sistema institucional se mostrou muito eficiente e digno de ser copiado, pois em menos de cinco anos foi lançado o Plano Decenal de Expansão de Energia, que gerou um ciclo significativo de investimentos em novas hidrelétricas e usinas eólicas entre 2009 e 2012, e hoje as poucas casas que ainda não foram atendidas apresentam dificuldades como: floresta densa intransponível, rio caudaloso ou baixa densidade demográfica, ao ponto de que ter um sistema elétrico prejudicaria completamente o orçamento do município.

O atual desafio desse setor deixou de ser o acesso e se tornou a qualidade, porque a produção tem se tornado cada vez menos limpa na última década. Até 2008, a biomassa era a segunda maior fonte de energia local e a maior parte da eletricidade consumida vinha de recursos hídricos, mas os atrasos nas obras de novas hidrelétricas e aerogeradores, somados ao aumento de demanda e à seca de 2013, acabaram gerando uma crise no setor. E para que metade do país não ficasse sem luz, o combustível fóssil se tornou a nova bateria brasileira, deixando o país em quinto

lugar na lista de maiores custos de energia do mundo (energia térmica é mais cara, porque a matéria prima é importada). O governo federal tentou subsidiar a diferença de preço, mas desistiu em pouco tempo e repassou os custos para os consumidores, no chamado ano do realismo tarifário, e gerou um aumento de 40% nas contas de luz. Isso fez com que 30% da população migrasse para o mercado livre de energia e resultou em um excesso de geração de eletricidade, que deveria ser vendida por um preço inferior ao custo de produção, um cenário preocupante para os distribuidores, que agora estão acumulando déficits.

Essas mudanças drásticas na sociedade, seguidas de crise, são cíclicas na existência da humanidade, e qualquer livro de história mostra que os últimos seis mil anos são facilmente separados por períodos definidos de estrutura social, caracterizados por desencadeamento, ascensão e queda. A grande questão é que esses ciclos estão se tornando cada vez mais rápidos, enquanto a Idade Média durou 400 anos, o Iluminismo perdurou um pouco mais de um século e as Revoluções Industriais mal tiveram 60 anos de intervalo entre elas. O mundo ainda nem se recuperou da globalização dos mercados e do consumismo em massa, impulsionados pelas Guerras Mundiais, e já vai passar por outra transformação: a economia mundial precisa investir US\$ 90 trilhões nos próximos quinze anos, para conseguir acomodar o crescimento populacional, que tem previsão de 1,4 milhões de pessoas por semana nas próximas duas décadas. Isso significa dobrar o investimento anual atual de todos os países.

É preciso começar a investir em infraestrutura sustentável urgentemente, pois apesar de a instalação exigir um pouco mais de investimento, os custos são inteiramente pagos em dois anos de instalação, devido à economia de recursos necessários para o funcionamento. Sendo mais barata, permite o investimento de recursos em outras frentes, acelerando o processo de desenvolvimento, e, sendo mais eficiente, permite uma concentração maior de construções em um mesmo local, permitindo a expansão populacional sem necessidade de expansão física das cidades. Além disso, promove o desenvolvimento sustentável da nação e ameniza o risco de mudanças climáticas. Outras medidas necessárias são o aumento no investimento em pesquisa e implantação de tecnologia limpa, para baratear e ampliar o acesso; e o fim dos subsídios voltados para produtos com alta emissão de carbono,

como a gasolina, para incentivar a redução do uso de carros, assim como a poluição gerada por eles, e aumentar a verba de alguma outra frente mais necessária.

### **6.3 Sugestões para gestão de crise**

O Brasil tem buscado recuperar o tempo perdido e, com a estabilização econômica, em 2018, o Estado brasileiro começou a juntar esforços para concluir os projetos passados que foram paralisados ou estagnados ao longo das últimas duas décadas. O Governo Federal instituiu um fundo para viabilizar concessões e parcerias público-privadas, com o objetivo de estimular R\$4 bilhões em investimentos privados nos municípios. O Ministério das Cidades vai contribuir com mais R\$5,7 bilhões em projetos de mobilidade e saneamento, o programa Saneamento para todos vai contribuir com mais R\$2 bilhões. E uma parceria entre o Banco do Brasil com a Caixa e o BNDES disponibilizou mais R\$11,7 bilhões em linhas de crédito. O grande problema é que os estados estão com dificuldade para elaborar seus projetos. Então, foi liberada uma verba para a capacitação de equipes estaduais na estruturação de projetos, para que eles parem de ser barrados pelos programas federais de financiamento ou interrompidos durante a execução devido à má formulação, e sejam mais atraentes para a iniciativa privada.

A Agência Nacional de Águas lançou o Plano Nacional de Segurança Hídrica, com orçamento de R\$27 bilhões para a conclusão de 114 horas na área de saneamento básico. Foram liberados R\$200 bilhões para a conclusão de projetos estagnados no setor de transportes. DNIT, em parceria com o BNDES, tem retomado projetos no modal hidroviário e vai lançar terceira versão do PNLP ainda esse ano, com expectativa de crescimento de 10% ao ano. O Plano Nacional de Aviação regional foi revisado, estipulando metas atingíveis, para reforma de 53 aeroportos, e até então os projetos têm sido cumpridos. O Fundo Nacional do Meio Ambiente começou a auxiliar os menores municípios (com até 250 mil habitantes) com recursos para inventário de coleta e saneamento, elaboração de planos de gerenciamento integrado, erradicação de lixões, implementação de tratamento e capacitação de catadores.

Também está no Plenário o novo Marco Regulatório do setor de energia elétrica, que prevê o fim do subsídio na conta de luz e o redirecionamento desse recurso para outras áreas. E o governo entrou com oferta de R\$22 bilhões para

financiamento, abrindo temporada de venda de ações. Além disso, fez previsão de R\$1,8 trilhões em investimentos no setor pelos próximos 10 anos. Já a Câmara Brasileira de Indústria da construção, em parceria com o Tribunal de Contas da União, o Conselho Nacional de justiça e técnicos da Caixa Econômica Federal, estão estudando maneiras de destravar projetos dos PACs passados e transformar em parcerias público-privadas. Algumas medidas já estão em análise na Secretaria de Governo da Presidência da República.

Um projeto do Programa de Parcerias de Investimentos, juntamente com o TCU, renovou algumas concessões de trilhos por mais 30 anos em troca da construção de algumas ferrovias estratégicas para o setor; e a tendência é que até o final do atual mandato, 80% da Infraero seja privatizada, o que significam mais 43 aeroportos (dos quais 12 já tiveram suas outorgas leiloadas durante a elaboração dessa análise). O último leilão de ações do setor de energia elétrica resultou em um investimento privado de R\$13,2 bilhões na construção de novas linhas de transmissão, garantindo a universalização até 2022 e o BNDES liberou R\$7 bilhões para investimentos em energia eólica. Além disso, o Fungetur liberou R\$243 milhões para financiamento de micro, pequenas e médias empresas no interior de nove estados.

Mas mesmo considerando um cenário em que todas as obras em andamento sejam concluídas no prazo determinado, há o risco de o país ficar para trás na competição de mercado. Mesmo que houvesse o investimento adequado em todos os setores a partir de hoje, seriam necessários vinte anos para causar um impacto no sistema logístico e cinquenta para recuperar o atraso. As nações que hoje são desenvolvidas e estabilizadas, conseguiram se estruturar em períodos cíclicos mais prolongados, mas com a aceleração histórica, tem sido cada vez mais difícil um país começar seu desenvolvimento e ainda acompanhar as mudanças globais. Por mais que o G20, grupo formado pelos ministros de finanças e chefes dos bancos centrais das dezenove maiores economias do mundo mais a União Europeia, tenha proposto uma iniciativa global de auxílio aos países de baixa e média renda na superação dessa próxima crise, não é o suficiente.

É preciso mudar a mentalidade dos principais players e todo o sistema de gestão. Não adianta colocar toda a responsabilidade de desenvolvimento nas mãos

do governo, principalmente se a maioria da população prefere sistemas ideológicos de livre mercado, reduzir o poder do estado e ao mesmo tempo esperar que ele consiga solucionar todos os problemas é simplesmente contraditório e incoerente. Se a esfera privada deseja o papel de protagonista, precisa parar de criar projetos focados apenas no lucro e passar a trabalhar em parceria com a administração pública em análises sistêmicas, de forma que as iniciativas continuem sendo rentáveis para as empresas, mas ao mesmo tempo auxiliem os setores e locais que mais precisam de apoio.

A antiga Secretaria de Planejamento e Investimentos Estratégicos (SPI), ligada ao Ministério do Planejamento, realizou, em 2008, um estudo geral sobre a situação de desenvolvimento no país e propôs um plano de ação nacional para o fortalecimento de novos macropolos no Centro-Oeste, freando a concentração urbana no Sudeste. Para cada região, foi estabelecida uma estratégia de investimentos: no Centro-Oeste, era preciso melhorar os meios de locomoção, ampliar a oferta de energia e investir em um polo de avanços científicos e tecnológicos; no Nordeste, o foco era em garantir o acesso aos serviços básicos e à água, e investir em educação, com cursos profissionalizantes e técnicos, tudo por meio de mecanismos de transferência de renda, para melhorar as condições de competitividade e aumentar as oportunidades individuais de trabalho; no Norte, era necessário realizar as obras de estruturação básica para os serviços públicos necessários, garantir a preservação da floresta amazônica e, para as áreas já desmatadas, a proposta era uma ocupação produtiva científica, para testar novos formatos de agronegócio, com tecnologias menos invasivas; por fim, no Sul e no Sudeste, a principal missão era a integração social das periferias e o desenvolvimento tecnológico para o amparo das demais regiões.

Esse plano, infelizmente, não chegou a ser aplicado e muito menos debatido na época da sua publicação, mas visto que, dois anos depois, o país começou a entrar em recessão novamente e só foi dar sinais de recuperação em 2018, é seguro afirmar que o cenário está praticamente o mesmo e que as estratégias apontadas ainda são válidas. Hoje, o Ministério do Planejamento Regional tem como principal missão reduzir a desigualdade social no país, e com um plano de ação como esse em mãos (ou esse mesmo), a pasta deve fazer uma análise do panorama de todos os serviços necessários em cada região e elencar uma lista de ações e investimentos prioritários;

e em seguida captar verba suficiente para os principais projetos e para a capacitação estadual e municipal de todas as equipes envolvidas. E a forma mais rápida de fazer isso é a partir de acordos atrativos com a esfera privada.

O problema mais urgente a ser resolvido no país é a moradia. Hoje, 33 milhões de brasileiros vivem em construções irregulares, invasões ou menos que isso, no chão das ruas. E ao mesmo tempo, existem 6 milhões de imóveis vazios espalhados pelo país, não são alugados porque as pessoas não têm condições de pagar por eles e nem pelo aluguel cobrado. Desde o início, as favelas existem não por ausência de ofertas de moradia, mas porque os preços são muito altos nesse mercado. É preciso pensar em maneiras de baratear tanto o custeio de produção quanto o de utilização desse tipo de bem, porque também não adianta entregar casas para pessoas que não vão ter condições de pagar as contas e o governo não está em condições de subsidiar tantas famílias. E para isso, é necessário fomentar o desenvolvimento de tecnologia no país, incentivando pesquisas, financiando projetos e estimulando o intercâmbio. E depois, realizar parcerias público-privadas para utilizá-las no suprimento das necessidades básicas da população.

As atuais tecnologias, disponíveis no mercado há pelo menos cinco anos, permitem soluções fora da caixa, baratas, rápidas e sustentáveis, como casas de papelão<sup>73</sup> totalmente recicláveis que podem ser erguidas em menos de um dia possuem vida útil de 50 anos, ou impressoras 3D gigantes<sup>74</sup> que conseguem construir até 10 casas por dia com concreto reciclado e sem a necessidade de mão de obra por um custo individual de menos de R\$20 mil, mais barato do que comprar um carro. Também existem iniciativas nacionais nesse sentido, no estado de São Paulo está sendo construída uma “casa orgânica”<sup>75</sup>, cuja estrutura é feita de pneus, latinhas e garrafas PET; e ainda é capaz de realizar isolamento térmico, permitindo maior economia de energia; produzir sua própria energia a partir do vento, do sol e de

---

<sup>73</sup> Matéria “A casa de papelão que revoluciona a arquitetura tradicional”, do dia 25 de junho de 2016. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/estilo-de-vida/a-casa-de-papelao-que-revoluciona-a-arquitetura-tradicional/>> Acesso em: 30/06/2019.

<sup>74</sup> Matéria “Impressora 3D gigante é capaz de construir dez casas por dia”, do dia 18 de abril de 2014. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2013/11/casa-ecologica-e-construida-em-sp-com-pneus-garrafas-pet-e-latas-de-aluminio/>> Acesso em: 30/06/2019.

<sup>75</sup> Matéria “Casa ecológica é construída em SP com pneus, garrafas PET e latas de alumínio”, de novembro de 2013. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2013/11/casa-ecologica-e-construida-em-sp-com-pneus-garrafas-pet-e-latas-de-aluminio/>> Acesso em: 30/06/2019.

biogás; reciclar duas vezes a água, reduzindo o consumo em 60%, e trata o próprio esgoto convertendo os dejetos em biogás e adubo. E além de econômica, sustentável, reciclada e autossuficiente, chega a custar 30% menos do que uma casa convencional.

Agora, a parte de mobilidade urbana, outra das principais responsabilidades do Ministério do Desenvolvimento Regional, está passando por uma crise preocupante: o atual sistema de transporte público não comporta a demanda nacional, então seus serviços são acompanhados de demora, desconforto e insegurança. E para piorar, desde a metade do século XX, o governo tem facilitado a compra de veículos particulares, para incentivar o crescimento da indústria automotiva. Então, a parcela da população que possui condições financeiras, tem optado por adquirir um carro. Hoje, são 4 mil vendas anuais de transportes individuais, gerando 37 mil mortes e 600 mil acidentes com sequelas permanentes de saúde.

Mas a redução do número de passageiros gera uma necessidade de aumento da tarifa, para cobrir os custos do sistema. Com isso, a população mais pobre acaba ficando incapacitada de pagar e passa a se locomover a pé, reduzindo ainda mais o número de usuários e causando um novo aumento, gerando um ciclo degradativo. Para solucionar essa questão, é preciso convencer a população a utilizar novamente o serviço, por meio de propagandas de incentivo ao transporte público, aumento dos impostos sobre o transporte particular e o fim do subsídio da gasolina, que além de desestimular o uso do transporte privado, ainda permite o redirecionamento de verba para pesquisas de eficiência no setor, ampliação de linhas e compra de novas unidades públicas de transporte. Também é importante a criação de um mapa nacional de mobilidade urbana, que identifique as principais demandas de investimento em cada município e permita a organização de uma lista prioritária.

O setor de saneamento básico ainda precisa levar o acesso aos serviços de água, esgoto e tratamento de lixo a uma parcela significativa da população, mas os recentes investimentos firmados em 2019 (fundo para viabilização de parcerias público privadas, mais investimento de R\$7,7 bilhões da esfera pública e outros R\$11,7 bilhões em linhas de crédito bancárias) devem resolver boa parte da carência, se não for o suficiente para universalizar. Contudo, nos lugares que já possuem acesso às redes, a Agência Nacional de Águas, com o recém lançado Programa

Nacional de Segurança Hídrica, passa a dar prioridade para empresas privadas na gestão e manutenção de sistemas sanitários dos municípios: enquanto antes bastava um contrato simplificado para uma empresa estatal assumir, agora é preciso lançar um edital para verificar se nenhuma empresa privada quer.

Dessa forma, os municípios mais rentáveis serão disputados pela esfera privada e os municípios menores e menos rentáveis serão dependentes do governo municipal subfinanciado, o que vai aumentar drasticamente a disparidade da oferta de serviços entre os grandes centros e as regiões mais afastadas. Essa nova divisão também impede o subsídio cruzado, pois uma vez que as estatais não visam o lucro, as maiores cidades supriam o déficit de orçamento das regiões próximas, garantindo o serviço a preços baixos para essas populações. Além disso, não há nenhuma cláusula limitando os valores a serem cobrados dos cidadãos, o que pode gerar um aumento significativo das contas de água nas cidades cujo sistema sanitário é controlado por empresa privada. Então, apesar de ser vantajoso chamar empresas privadas para investir no saneamento, a equipe gestora do setor necessita estudar melhor a elaboração desses contratos, para garantir que os municípios menores também serão auxiliados por esse capital privado e não permitir o abuso de preços.

O IPEA sugere ainda a criação de um marco regulatório, uma coordenação nacional de saneamento básico, a adoção de critérios de elegibilidade para os novos programas financeiros do setor, o aperfeiçoamento das equipes de gestão em todos os níveis, para que elas sejam capazes de elaborar projetos de maneira adequada, e o fortalecimento político dos órgãos ambientais brasileiros, que hoje estão isolados da gestão pública. Seria interessante também, desenvolver um mapa nacional online e atualizável em tempo real de saneamento básico, que indicasse a situação, os problemas e os principais números do setor em cada município, para que o Ministério do Desenvolvimento Regional consiga elencar uma lista prioritária de investimentos. Também é preciso pensar na poluição, que é uma das maiores preocupações do planeta e tudo o que o Brasil tem é uma Política Nacional de Resíduos Sólidos mal escrita e difícil de fiscalizar. É preciso criar um setor ou ao menos uma secretaria específica para começar a lidar com essas questões, principalmente a poluição do ar, que mata cerca de 100 mil pessoas por ano em território nacional.

A segurança pública no Brasil é a questão mais preocupante de todas: não só a violência tem aumentado exponencialmente, como o governo não tem tomado nenhuma medida eficiente para tentar resolver a questão e apenas responde a grandes catástrofes alarmadas pela mídia, com projetos vazios e subfinanciados. Nenhum plano nacional durou mais do que um mandato inteiro e a nível estatal as políticas de ação são basicamente repressivas. A divisão entre polícia civil e militar gera ineficiência e competição desnecessária, apenas 5% dos homicídios são solucionados, quase a metade dos processos que chegam ao judiciário não são julgados e as cadeias estão superlotadas, com duas vezes mais presos do que vagas, e sujeitas à formação de facções, que transformam esses espaços em grandes centros de formação e conexão criminal. O setor tem contingenciamento médio de 75% do orçamento desde a virada do milênio e o repasse percentual de gastos para os estados é mais de três vezes maior que o de arrecadações, o que dificulta qualquer ação ou forma de controle, em todas as partes do sistema.

O perfil de quem mata e morre também é o mesmo: jovens, negros, de baixa escolaridade e moradores da periferia. Isso indica que é provável que a violência diminua a partir do momento em que a habitação e a escolaridade forem serviços universalizados nas comunidades carentes. Logo, a melhor forma de combater os números é a partir da prevenção, e não da punição de culpados. O pouco orçamento do setor deve parar de ser gasto majoritariamente com operações de apreensão de drogas em favelas, porque isso não diminui o tráfico e apenas incentiva a retaliação; e voltar a ser investido em projetos de esporte e cultura nas comunidades, garantindo que as novas gerações não sintam que a única chance de sucesso no futuro seja através da ilegalidade armada. Além disso, é preciso analisar a estrutura das polícias e do judiciário, para identificar as causas da tamanha ineficiência e implementar soluções. Por fim, é preciso qualificar as gestões estaduais, para que elas entendam a importância da divulgação dos seus dados de violência e para que consigam entrar em um acordo quanto às métricas nacionais, concluindo assim a plataforma nacional de violência.

O sistema público de saúde, hoje, oferece gratuitamente vacinas, remédios, atendimento psicológico, ambulâncias, fraldas, anticoncepcional e antirretrovirais de combate à Aids. E também possui o maior programa público de transplantes de órgãos

do mundo, que cobre 87% das cirurgias nacionais. A universalidade quase foi atendida em 2017, quando o SUS alcançava 98% da população, graças ao programa Mais Médicos, que conseguiu preencher vagas municipais de interior ou de comunidades carentes que nenhum médico brasileiro tinha interesse. Mas a rápida expansão do sistema, que praticamente dobrou de tamanho em cinco anos, exigiu uma quantidade de recursos maior do que a disponível para o setor, e acabou gerando um repasse de 55% dos gastos para os estados e municípios, que já são subfinanciados, fazendo com que o problema deixasse de ser a falta de atendimento, que mata 51 mil brasileiros por ano, e se tornasse o atendimento de má qualidade, que mata 153 mil anualmente.

Somado a tudo isso, a crise financeira e o desemprego aumentaram significativamente a demanda do SUS, para 1,4 bilhões de atendimentos anuais, inflando ainda mais o orçamento. Dois anos depois, o presidente Bolsonaro optou por cancelar o contrato com os médicos cubanos, que atendiam cerca de 30 milhões de brasileiros carentes, medida que desinflou o sistema, mas, por outro lado, reduziu drasticamente a cobertura nacional, cortando justamente as áreas mais necessitadas. Este recente histórico só mostra que dependendo exclusivamente dos recursos do Estado, é impossível atingir a universalização do serviço de saúde, principalmente porque quanto mais o tempo passa, mais a população deixa de necessitar de atendimento básico e passa a desenvolver doenças crônicas, que exigem tratamento especializado e também mais caro. Então é preciso buscar outras formas de solução.

Durante o 6º Congresso Nacional de Hospitais Privados<sup>76</sup>, que aconteceu em São Paulo em novembro de 2018, os assuntos mais debatidos foram a questão da universalização e a crise financeira do setor privado, porque os tratamentos têm se tornado cada vez mais caros e as pessoas não tem condição de pagar por eles. Uma das propostas de solução foi a mudança do que seria um produto do mercado de saúde: ao invés de cobrar pelos serviços prestados, como exames, consultas, remédios e cirurgias, cobrar pela solução de um problema de saúde. Por exemplo, se uma pessoa quebra o pé, ao invés de ser cobrada pelas radiografias, pela a consulta, pela a cirurgia e pelo gesso, ela paga um preço único pelo tratamento inteiro. Isso

---

<sup>76</sup> Para saber mais sobre as propostas, acesse: <<https://www.conahp.org.br/>> Acesso em 30/06/2019.

evita o gasto do paciente com serviços desnecessários, porque o hospital passa a ganhar o mesmo montante de dinheiro, independente da quantidade de recursos utilizados; o que conseqüentemente torna o serviço mais acessível.

Esse novo modelo de sistema já tem sido aplicado em alguns lugares do mundo e apresentado resultados muito positivos. O autor e pesquisador futurista Joe Flower, apresentou em uma das palestras, como esse sistema resolveu o problema de universalização da saúde em alguns estados americanos: a gestão pública realizou uma parceria com as operadoras de seguro, na qual estas iriam se responsabilizar pela saúde dos cidadãos de baixa renda, por um valor anual fixo por cabeça. E o lucro da operadora seria gerado de acordo com a eficiência dela em gerir aquela verba disponível. A grande questão era que os custos de uma internação eram muito maiores do que o montante de dinheiro disponível, e a única forma de lucro vinha da parcela da população que nunca precisava ir ao hospital. Com isso, as operadoras passaram a investir em manter seus filiados saudáveis, incentivando consultas psicológicas, atendimento com nutricionistas, prática de esportes, auxílio para conseguir emprego e palestras educacionais sobre doenças transmissíveis.

Assim, a população inteira tinha acesso à saúde e, com a redução de idas ao hospital, o acordo se tornou extremamente lucrativo e fácil de ser renovado por ambas as partes. A gestão de saúde brasileira precisa começar a estudar essas soluções e identificar novos formatos de sistema, que consigam atingir a universalização sem sobrecarregar o orçamento público. E para isso é preciso haver mais conversa entre as esferas pública e privada, com a ampliação dos debates e compartilhamento de soluções. Também é interessante desenvolver um mapa nacional da saúde, que contenha um panorama detalhado do setor no território nacional e auxilie na definição de prioridades.

O setor de transportes, apesar de sempre ter tido um dos menores orçamentos desde o governo JK e de ter a necessidade urgente de reformar todo o seu sistema logístico, porque segundo o IPEA, se o país crescer 5% durante três anos consecutivos, a logística entra em colapso; não há a necessidade de dedicar mais dinheiro público para o setor. É de interesse da esfera privada reduzir seus custos com transporte de carga, mesmo que seja a longo prazo, porque ultimamente os altos custos com essa atividade tem aumentado o preço dos produtos e tornado eles menos

competitivos no mercado internacional. Então, é preciso incentivar as parcerias público-privadas, com acordos mais atrativos e criativos, e focar a energia do setor na análise profunda dos contratos, para torná-los menos burocráticos e ao mesmo tempo com maior segurança jurídica, oferecendo capacitação estadual e municipal para a elaboração dos mesmos quando necessário. É importante também pensar em maneiras de revisar acordos que hoje permitem brechas para preços abusivos ou atraso de obras, e também propor multas para as empresas que descumprem com suas partes do trato.

Também é preciso redirecionar os recursos de rodovias para pesquisas científicas de eficiência no setor e para a criação de um mapa nacional de transportes online e atualizável em tempo real, que identifique todas as vias e portos e estações, assim como seus problemas, dificuldades, necessidades e números importantes para o desenvolvimento do setor, como a quantidade de acidentes, de forma que seja possível traçar uma lista de prioridades para a ação do Estado. Continuar investindo a maior parte do dinheiro de transportes nas estradas não faz sentido, porque o orçamento é muito baixo e a necessidade de manutenção é frequente, é preciso focar na ampliação das malhas hidroviárias e ferroviárias, além da integração de todos os modais em um sistema eficiente de transporte de cargas, para que o país passe a depender cada vez menos das estradas, que são mais caras e menos eficientes.

O modal rodoviário, por ser o mais usado no país hoje, demanda uma maior quantidade de recursos e, com a ausência deles, acabou entrando em estado de decadência e mais da metade das vias brasileiras possui problemas de pavimentação, sinalização e geometria. Porém, as principais estradas federais estão com a manutenção em dia e 45% das estaduais já foi privatizada. Então, de certa forma, a situação está estável onde há o maior fluxo de pessoas e tudo que o governo precisa fazer é continuar as privatizações, mas tomar cuidado na elaboração dos contratos, para impedir tarifas abusivas de pedágio, e melhorar a fiscalização, para garantir o seu cumprimento. E para garantir a manutenção de vias menos utilizadas, é possível inserir nos futuros acordos a responsabilidade pelas vias municipais próximas à estrada concedida ou a construção de novas vias em pontos estratégicos, como tem sido feito para a construção de novos trilhos.

As ferrovias são melhores o transporte de carga pesada pelo interior do país, porque conseguem levar cerca de três a quatro vezes mais carga que um caminhão, por 1/13 da energia e 1/3 do preço. Investir nesse modal é interessante para o setor privado, que eventualmente vai ser beneficiado com uma drástica redução de custos, e também para o país como um todo, porque reduz o número de transportes pesados nas rodovias, diminuindo também o número de acidentes e a necessidade de manutenção das estradas. Além disso, os trilhos não compactam o solo, sendo uma solução mais sustentável para o meio ambiente. O governo federal já iniciou o processo de construção das principais ferrovias, mas precisa expandir mais esse projeto, chamando mais empresas e fazendo novos acordos, inclusive utilizando o próprio orçamento do setor (a parte redirecionada das rodovias) para financiamento a juros atrativos para o mercado. O maior cuidado que a gestão do modal precisa tomar é com a concentração de muitos trilhos na mão das mesmas empresas, para evitar a formação de oligopólios e, conseqüentemente, de cartéis.

Já as hidrovias, conseguem cobrir boa parte do território nacional somando a costa com os rios navegáveis e chegam a ser vinte vezes mais baratas do que transporte por estradas, sendo que cada barcaça equivale a quinze vagões de trem. Esse modal necessita de pouquíssimo investimento, basta regular a profundidade dos percursos, e os navios demoram até necessitar de manutenção. Além disso, se o país conseguir dobrar a participação dos navios no sistema de cargas, é possível baratear o frete de carga e descarga (que hoje chega a aumentar em cinco vezes o valor do transporte para garantir a manutenção dos portos) e tornar os produtos mais competitivos no mercado internacional. A grande dificuldade é a demora do transporte, que exige que empresas de produtos perecíveis invistam muito dinheiro em sistemas de armazenamento, além dos problemas para chegar aos portos, por falta de estrutura local. Mas o estado pode auxiliar incentivando o direcionamento da comunidade acadêmica para pesquisas nesse setor e incluir nos acordos de parceria público-privadas para o desenvolvimento dos portos, os gastos necessários com a infraestrutura do percurso e com a tecnologia necessária para os futuros transportes, garantindo assim o financiamento a juros baixos de todo o processo.

O atual investimento financeiro no setor aeroviário é suficiente, visto que os 63 mais movimentados (responsáveis por 90% da demanda) vão estar na

responsabilidade da iniciativa privada nos próximos 4 anos e os 53 principais aeroportos regionais terão sido reformados na metade desse período, cobrindo praticamente 100% da demanda. Não adianta investir em aeroportos que não possuem fluxo suficiente para arcar com os custos de manutenção, então agora basta manter o foco nos municípios prioritários do Plano de Regionalização do Turismo e realizar as obras necessárias a partir do aumento da movimentação nessas localidades. A atuação da gestão pública no modal deve focar na elaboração de medidas administrativas para facilitar a entrada de pequenos players no mercado de operadoras de passagens aéreas, e na assinatura de acordos internacionais com os demais países da América Latina, para a expansão das rotas internacionais. Isso vai acelerar a ampliação das redes, a queda dos preços das passagens, o aumento do fluxo de passageiros por todo o continente e, por consequência, o aumento do giro de capital.

O setor de comunicação, desde o seu surgimento, teve incentivo para a produção nacional de tecnologias e ampla comercialização de aparelhos, então, em 2009, quase todos os brasileiros já tinham telefone e 97% da população tinha aparelho de rádio e TV em casa. Até mesmo a internet, que só entrou no mercado em 2001, hoje já entrou na residência de metade dos cidadãos. A questão é que enquanto 98% das classes A, B e C tem acesso a pacotes de internet, apenas 8% das classes D e E conseguem esse tipo de serviço. Há uma grande dificuldade em fazer as empresas investirem no interior do país e em comunidades irregulares, porque a margem de lucro não é tão atrativa, e o mercado, apesar de ter mais de 4 mil operadoras de serviço registradas, é dominado por no máximo oito, o que permite a baixa qualidade de serviço a preços altos. Com isso, a tecnologia também vai ficando para trás, porque não há muito interesse no investimento. O Brasil está em 54º lugar no ranking de desenvolvimento de tecnologias de informação.

A situação de oligopólio também se repete nas concessões de frequências de rádio e TV. A Constituição de 88 definiu uma série de condições para renovação de outorga, mas os diretores dos canais acumularam 30 anos de poder político e extensão de rede, e simplesmente ignoraram a nova Lei. Hoje, são mais de 350 outorgas vencidas e os canais continuam funcionando como se fossem instituições privadas, não há fiscalização, nem cassação e nem punição pelas irregularidades e

descumprimentos de contrato. E todas as redes abertas de TV geram sua programação no Sudeste e nas capitais dos estados, fazendo com que 90% das localidades do país não se sintam representadas na tela. Em 2009, a sociedade civil produziu um marco regulatório, conhecido como Lei da Mídia Democrática, que exige que 70% da programação seja voltada para a produção nacional e que uma mesma empresa não possa controlar mais do que cinco emissoras em território nacional, mas ele nunca chegou a ser votado.

Com a visível ausência de colaboração por parte do Congresso, os governos petistas apresentaram a alternativa de focar na universalização da internet como democratizadora da produção comunicacional, porque online, qualquer pessoa pode se pronunciar e ser ouvida, sobre qualquer assunto. Então, a partir de 2014 foi criado um marco regulatório para a internet, um Plano Nacional de Banda Larga, um Plano Nacional de Internet das coisas e o Brasil até lançou seu próprio satélite no espaço. O desenvolvimento nesse setor tem ocorrido praticamente independente desde então, mas, ainda é preciso tomar medidas legislativas para acabar com os oligopólios e começar a fiscalizar de verdade as empresas. Além disso, é necessário aumentar a verba direcionada para as pesquisas de tecnologia no setor e retomar a competitividade no mercado internacional.

O setor de energia elétrica possui preocupações diferentes dos demais, porque já tem uma estrutura institucional forte e eficiente, já privatizou as operações e já garantiu a universalização do acesso a esse serviço para os próximos três anos. O maior desafio a ser enfrentado no momento é a mudança total de organização do sistema, visto que o mercado livre de energia vai dobrar de tamanho nos próximos anos e a tecnologia atual já permite a individualização dos mecanismos geradores de energia. Um novo marco regulatório também já foi produzido, para garantir o bom funcionamento das relações nessa esfera privada em ascensão, mas é preciso pensar no que fazer com as grandes estruturas de produção e distribuição de energia em massa, quando a demanda começar a cair drasticamente. Também é necessário investir em pesquisas para a diversificação da matriz energética, para voltar a depender cada vez menos da queima de fósseis, e na identificação dos pontos de perda na rede, para solução dos problemas e redução dos custos de transmissão. Por fim, é preciso iniciar campanhas de consumo inteligente, para que a população

aprenda a economizar esse recurso e passe a contribuir de maneira mais ampla para a sustentabilidade do planeta. E todas essas três missões podem ser realizadas com a ajuda de empresas privadas, tanto por meio de acordos quanto através de projetos (no estilo de parceria da Ambev com a secretaria de mobilidade).

Seguindo nessa linha, inesperadamente, o setor de educação é o segundo mais próximo da universalização dos seus serviços, mesmo com o histórico contínuo de subfinanciamento e grandes cortes de orçamento. Apesar de ainda terem quase 12 milhões de adultos analfabetos no país, são 960 mil crianças fora da creche, 320 mil crianças fora da escola e 1,2 milhão de adolescentes fora do ensino médio, que somados não são nem 2% da população. E ainda assim, a dificuldade dessa parcela não é a ausência de oferta nas localidades em que moram, mas a ausência de infraestrutura de apoio, falta de casa, falta de transporte, necessidade de pagar as contas da casa ou de cuidar de parentes doentes, entre outros. Então, com o desenvolvimento integrado dos setores de moradia e mobilidade urbana, essa demanda vai ser facilmente assistida. Em relação às pesquisas científicas acadêmicas de ensino superior, elas podem ser financiadas diretamente pelos players interessados: setor de habitação financia engenharia civil e arquitetura e urbanismo; setor de transportes financia engenharia de transportes, engenharia de produção e análise de sistemas; hospitais privados financiam a área de saúde e educação física; setor de agronomia financia biologia e agronegócio; Ministério do Desenvolvimento Regional financia economia, gestão pública e administração; entre outros. Dessa forma, com cada Ministério dedicando uma parcela de seu orçamento para uma área de pesquisa importante no setor, nenhum fica sobrecarregado e ainda é possível arrecadar mais verba para essa finalidade.

Assim, o principal problema que é preciso ser resolvido hoje é a questão da desigualdade de acesso, pois deve-se garantir uma boa qualidade de ensino em toda a extensão do território, tanto nas escolas do centro de São Paulo, quanto no interior do Nordeste. Para isso, é necessário melhorar as condições de trabalho da profissão de professor, oferecer cursos de qualificação frequentes para a rede estadual e municipal de educadores públicos, reformar as escolas municipais, garantir material e merenda e ofertar disciplinas de esporte e cultura. Contudo, são muitas frentes de ação e pouco orçamento disponível, então é preciso buscar maneiras de atrair a

iniciativa privada para auxiliar na execução dos projetos de infraestrutura e capacitação, de forma que o dinheiro público possa ser direcionado para o aumento dos salários. E a elaboração de um mapa nacional da educação deve auxiliar na definição de estratégias.

#### **6.4 O Turismo como Protagonista**

A infraestrutura especificamente turística, por ser dependente de todos os outros setores já citados, segue a mesma lógica do desenvolvimento nacional, em que o Sudeste e as capitais são bem estruturados, regiões Sul e Nordeste são pouco estruturadas, mas já possuem movimentação considerável de turistas, enquanto Norte, Centro-Oeste, municípios interioranos e periferias quase não atuam no setor. Até 2017, era a pasta com o segundo menor orçamento da Esplanada, com uma média de R\$800 milhões anuais, mas no ano seguinte o setor finalmente foi reconhecido como necessário para solucionar a crise e foi lançado o Plano Brasil+Turismo, com metas de dobrar a entrada de turistas internacionais para 12 milhões, ampliar a circulação doméstica para 100 milhões (de um terço para metade da população), triplicar a receita para R\$19 bilhões e aumentar oferta de emprego de 7 milhões para 9 milhões de postos de trabalho.

As medidas do programa incluem a utilização de visto eletrônico para os países que mais enviam visitantes para o país, abertura do setor de aviação para o capital estrangeiro (ótimo porque enfraquece o oligopólio de operadoras e ainda expande a oferta de rotas diferentes), concessão de alguns domínios da União com potencial de desenvolvimento turístico para a iniciativa privada, simplificação da burocracia dos parques, cursos técnicos presencial e online sobre recepção turística, intensificação da fiscalização de transportes turísticos (para reduzir informalidade e conseguir mapear os reais fluxos de turistas), pacote com 118 propostas legislativas, já aprovadas, para desburocratizar processos e facilitar a atração de investimentos, e a retomada do Plano Nacional de Regionalização do Turismo (PNRT), com atualização bianual do mapa de municípios.

O PNRT consiste em um mapa que classifica os municípios por índice de competitividade turística, indicando necessidades de investimento, como todos os outros sugeridos nesta análise, e é o primeiro passo para reduzir as desigualdades,

melhorar a infraestrutura nos municípios menores e incentivar a competitividade nas cidades do interior. O índice explorado pelo mapa avalia a quantidade de recursos e compara com a capacidade de administração, através da média ponderada de uma série de indicadores importantes para o setor. O segundo passo, é comparar os resultados do mapa com um estudo de demanda turística, para definir quais obras e em quais localidades causam mais impacto no sistema, definindo uma lista de prioridades para as ações do setor, baseada em eficiência.

É um ótimo plano organizacional, mas poderia melhorar em dois detalhes. Hoje, os municípios são responsáveis pelo fornecimento de informações, mas talvez fosse mais interessante enviar profissionais especializados para realizar visitas técnicas nos primeiros lugares do topo da lista de prioridades, para garantir tanto a veracidade das informações quanto a exploração de todos os possíveis ângulos do local e das principais possibilidades de desenvolvimento. Além disso, é preciso fazer contato com todos os setores envolvidos no acesso, na recepção e na comunicação, para comparar dados do setor, expor diferenças de prioridades, sugerir soluções conjuntas e debater possibilidades. Talvez criar um conselho nacional dos ministros envolvidos no turismo, ou algo do tipo, pois quanto mais integrado o sistema, melhores e mais rápidos são os resultados. Até porque, a classe média já conseguia se sustentar, com dificuldades, mesmo sem o acesso a alguns dos serviços públicos, então não tinha problema em ir melhorando a situação de maneira parcelada; mas a população que falta receber acesso não tem nenhum deles estabilizado para se apoiar. Logo, é preciso oferecer todos de uma vez, e a melhor forma de fazer isso é alinhar objetivos, métodos e prioridades com todos os setores envolvidos.

Em 2017, os órgãos estaduais receberam um repasse de R\$5,4 milhões para a estruturação de suas regiões turísticas e para a elaboração de Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável, planos de marketing, planos de fortalecimento institucional, estudos ambientais estratégicos, redes colaborativas e projetos para ações estruturantes. O Prodetur vai selecionar propostas de integrantes do mapa de turismo para receber linhas de crédito do BID, do CAF, e do BNDES, um total de R\$5 bilhões. Contudo, não houve encontros de capacitação e orientação, então é provável que ocorra o mesmo que aconteceu com outros setores e as equipes não consigam realizar as demandas com a qualidade necessária para aprovação. O

Ministério do Turismo se propôs a auxiliar tecnicamente os gestores que sentirem necessidade, mas não é a solução mais efetiva. Também é importante ressaltar que a pasta recebeu cortes de 50,24% em 2019, então talvez esses planos não sejam postos em execução tão cedo.

De qualquer forma, esse processo de interiorização do turismo abre espaço para novos negócios e, principalmente pelo fato de não haver verba suficiente disponível para a gestão estatal, é importante que a esfera privada esteja alinhada com os planos governamentais, para que juntos possam desenvolver negócios que trabalhem a favor de um sistema de desenvolvimento integrado. A partir das informações recolhidas sobre os onze segmentos prioritários definidos pelo Ministério do Turismo, foi possível traçar um plano estratégico de crescimento em quatro etapas, em que o papel do setor público é direcionar, regular e facilitar as ações das empresas privadas, enquanto estas precisam estudar os mercados locais e encontrar maneiras criativas e inovadoras de cumprir com as metas estipuladas pelo setor.

A primeira etapa é voltada para os segmentos mais procurados pelos atuais turistas: sol e praia, ecoturismo, aventura e cultural. Eles representam 98,5% da procura nacional e 69,8% dos principais motivos para a escolha de um destino. Além disso, 20% dos turistas internacionais visitam o Brasil tendo como principal motivação o encontro com a natureza e 67% dos brasileiros considera os atrativos naturais como sendo o aspecto mais valorizado do país e 72% da demanda nacional pratica esportes de aventura. Por serem o foco de praticamente toda a demanda atual, é preciso investir na regulação dessas atividades, em normas de infraestrutura e segurança, em legislação e fiscalização contra o turismo predatório, especialização de guias turísticos e instrutores de esportes radicais, redução da burocracia para a abertura de negócios e facilitação de financiamentos a juros baixos. Por fim, é preciso visitar os locais com as maiores demandas turísticas e fiscalizar se tudo está acontecendo dentro dos conformes, para que os visitantes tenham a melhor experiência possível.

Depois que as partes institucional, normativa, legislativa e de fiscalização estiverem bem estruturadas, esses segmentos se tornam ideais para iniciar o desenvolvimento turístico em regiões interioranas. Primeiro porque as pessoas já estão buscando por essas atividades, então convencê-las a apenas mudar de lugar é muito mais fácil do que apresentar conceitos inteiramente novos. Segundo, porque

elas podem ser exploradas em qualquer parte do território nacional e são facilmente combináveis, tanto entre si quanto com todas as outras definidas até então. E terceiro porque elas suprem a demanda pelas tendências mundiais de viagem, por permitirem o contato com culturas desconhecidas, lugares inexplorados, experiências únicas e contato com a natureza. Combinadas em um mesmo lugar então, elas possuem o maior potencial possível de atração. Mas é importante ressaltar que, a princípio, é importante evitar comunidades muito pequenas, para que não haja descaracterização cultural e nem degradação ambiental, por ausência de infraestrutura e lotação adequadas.

Algumas ideias para o capital privado atrair clientes para essas atividades são: tornar as atividades culturais mais interativas e imersivas; oferecer programas educativos sobre ecoturismo e sustentabilidade que combinem aprendizado com experiências de aventura; valorizar festas típicas e festivais locais, realizando parcerias com as organizações dos mesmos; incentivar a produção cultural (filmes, peças, músicas, exposições, etc) direcionados para minorias sociais, para que elas se sintam mais à vontade, representadas e queiram visitar com frequência; pensar em maneiras de inclusão de idosos e deficientes; trabalhar a aventura dentro do espaço urbano, como fuga da rotina e alívio de stress, além de ser auxiliar em tratamentos psicológicos voltados para dificuldade de fazer amigos e superação de dificuldades; e explorar possibilidades de turismo ferroviário, que tem sido abandonado há algum tempo, e de turismo cinematográfico, visto que o país possui uma infinidade de cenários já utilizados em filmes famosos.

Em um segundo momento, quando as regiões interioranas já estiverem adaptadas à ampliação do fluxo de pessoas e a fiscalização esteja devidamente ativa, é hora de começar a desenvolver o turismo de negócios e o turismo náutico. O primeiro já atrai 12% da demanda nacional, facilita a formação de redes empresariais, fomentando o desenvolvimento econômico geral das localidades e não apenas o turístico, colabora para a instrução da população, é estável e sua demanda não diminui com crises, além de ser facilmente realizado em qualquer época do ano. 46% dos gestores de empresas reportam aumento com gastos de viagens nos últimos anos e a expectativa é de aumento, porque aumenta significativamente o rendimento dos funcionários. Por fim, pessoas que viajam a trabalho, tendem a voltar com a família

para passear a lazer. Já o segundo, é catalisador do desenvolvimento náutico (90% da produção de barcos de lazer está concentrada nos países que melhor desenvolveram esse segmento), tem crescimento de demanda de 17% ao ano no Brasil e o retorno é extremamente alto: retorno de € 2,2 milhões para cada €1 milhão investido.

Ambas modalidades possuem relativa independência do auxílio governamental e podem ser realizadas em uma vasta extensão do território, sendo necessário apenas infraestrutura de eventos ou presença de águas navegáveis. Elas também precisam, inicialmente, da rodada de investimentos em estrutura institucional, normativa, legislativa e de fiscalização, além da fomentação empresarial a partir da redução de burocracias e facilitação de juros baixos. Em seguida, é preciso buscar combinações com os segmentos já instalados, de forma que os turistas de negócios estendam a permanência e turistas náuticos se interessem por excursões mais longas. Algumas sugestões são a criação de turismo “anti-stress”, relacionado a eventos corporativos e aventura urbana; o incentivo a eventos esportivos e festivais culturais e, por fim, a valorização das feiras nacionais, que são as maiores da América Latina, a partir do direcionamento dos inscritos nos eventos de negócios, por exemplo.

Em uma terceira fase, entram os segmentos de estudos e saúde. Os países conhecidos como receptivos de intercambistas têm incentivado o movimento contrário, de envio de alunos, por conta da tendência mundial de valorização de experiências, e o Brasil possui um dos parques industriais mais completos do mundo, além de instituições de ensino reconhecidas por toda a comunidade internacional, o que o torna ideal para esse tipo de programa. A procura por serviços de saúde no país também dobrou nos últimos cinco anos, principalmente para cirurgias plásticas, em busca de atendimentos humanos e confortáveis. No entanto, essas atividades foram deixadas para o futuro porque exigem necessariamente uma estrutura de recepção especializada, que são dormitórios universitários e quartos hospitalares, nos respectivos polos de educação e saúde, e a única forma de investir nessas questões com o baixo orçamento do Ministério, era aguardar o retorno gerado pela primeira fase durante a execução da segunda.

Outra necessidade desses tipos de turismo é ter a presença de uma variedade de segmentos bem estruturados, para ocupar os pacientes, estudantes e companhias

durante o tempo livre. Algumas sugestões de atividades a serem desenvolvidas são: projetos imersivos de educação, direcionados tanto para estudantes quanto para a comunidade em geral, sobre ecologia, biologia, história, cultura, gastronomia, vinho e história; projetos de passeio com estudantes intercambistas para eventos esportivos, empresariais e culturais; e pacotes de atividades relaxantes de bem-estar, com combinações de ecoturismo e gastronomia saudável.

Por fim, em uma última etapa, a ser aplicada apenas quando o turismo já estiver estabilizado em localidades de grande e médio porte do interior das regiões, atuando dentro das normas e com um bom trabalho de fiscalização, são inseridos os segmentos rural, de pesca, social. Todos esses incentivam o contato com pequenas comunidades, sejam elas roceiras, ribeirinhas ou simplesmente periféricas, para participar do dia a dia dos moradores, comer da comida deles, escutar sobre suas vidas e entender como funciona o trabalho que é realizado ali. E esse tipo de interação estimula o aumento do fluxo de turistas e a entrada de capital nas menores regiões do país, e, por consequência, mais frágeis. Isso exige primeiramente uma infraestrutura que garanta tanto a acomodação dos turistas quanto a caracterização cultural do local, além de rígidas medidas restritivas de público, para que não haja superlotação, degradação ambiental e nem o stress dos moradores, e para isso é preciso realizar estudos de impacto ambiental e cultural.

Também é necessário ter uma equipe especializada trabalhando no local, que garanta o respeito às normas, a conservação dos patrimônios e a conscientização em relação àquelas vidas, que tenha habilidade para recolher dados de funcionamento e demanda para o sistema nacional turístico, e que saiba negociar com as operadoras turísticas. Então, antes de iniciar qualquer incentivo a fluxos de turistas, é importante realizar a capacitação dos responsáveis pelas ONGs e dos fazendeiros ou pescadores que sintam vontade de abrir a porta de suas casas. E para conseguir realizar todos esses cuidados e pré-requisitos, o Brasil precisa primeiro vencer a cultura intrínseca de que idealizar propostas no papel e aprovar é o suficiente para que elas aconteçam exatamente como planejado, ignorando assim as fases de planejamento da implementação e fiscalização de resultados, porque se isso acontecer com essas pequenas comunidades, elas serão destruídas pelo turismo predatório.

## **6.5 A Comunicação Turística**

A comunicação é uma atividade crucial para o funcionamento do setor turístico como um todo, por ser o elo básico de ligação entre o turista e a oferta de produtos locais, que motivam o ato da viagem. Mas muito mais que isso, ela tem o poder de construir a personalidade de um determinado lugar e pautar a maneira como ele é visto pela sociedade, tanto externa quanto dos próprios moradores. Enquanto antes do advento dos meios de comunicação em massa, a cultura era transmitida pelo contato interpessoal e pelas expressões artísticas, sendo transformada em um fluxo mais lento e gradativo com o passar das gerações; a indústria cultural permitiu a ampla reprodução de conceitos já existentes no imaginário social, para um público cada vez maior e com uma linguagem cada vez mais simples.

Esse fenômeno reforçou a formação de estereótipos e resultou diretamente em mudanças comportamentais ao longo do século XX, como o aumento do estupro infantil devido à ideia de que o país é um paraíso do sexo com mulheres jovens e mulatas; a dificuldade de atrair investidores, pela ideia de que o território nacional era basicamente floresta virgem; e o aumento da violência, que apesar de ter começado com a rápida urbanização e intensificação da desigualdade social, foi ampliada também pela ideia de que o país era uma terra desregrada, em que as pessoas vinham fazer o que era proibido em seus lugares de origem. E mesmo que a comunidade acadêmica tenha se atentado a esses efeitos desde o início da comercialização dos aparelhos de comunicação em massa, é muito difícil desfazer essa espiral reprodutiva, uma vez em que ela foi estabelecida.

Isso, porque a mídia apenas repercute modelos informacionais que geram audiência e, conseqüentemente, lucro. E, devido ao fenômeno explicado por Kajihara (2008), de viés da confirmação, as pessoas tendem a buscar conteúdos que reforcem suas crenças, ignorando tudo aquilo que não condiz com as suas expectativas, além de resistir a ajustar seus conhecimentos anteriores diante da apresentação de novos fatos, principalmente quando essa mudança não interfere diretamente em seus cotidianos. Ou seja, ao mesmo tempo em que as expressões midiáticas reforçam a construção e enraizamento de estereótipos, elas são diretamente influenciadas pela própria população a manter esse comportamento. Assim, a única forma de quebrar esse ciclo de deterioração da cultura é convencer uma das partes a parar de repercutir tais valores e, uma vez que a população é motivada por crença e a mídia é motivada

por lucro, é muito mais fácil que a última tome a iniciativa, apesar de não ser o mais provável.

A esfera pública do setor turístico se posicionou como protagonista nessa luta pela mudança de identidade nacional e buscou transformar esses estereótipos de fora para dentro, criando uma nova imagem do Brasil para os estrangeiros, que passaram a introduzir novos conceitos em suas próprias expressões culturais e estas, quando consumidas pela população brasileira, começaram a modificar gradativamente suas bases filosóficas sociais. Isso apenas reforça que o turismo, além de ser capaz de mudar completamente uma economia local, atrair investimentos e desenvolver sua infraestrutura, também é capaz de alterar sua cultura e suas tradições, devido à sua ligação direta com o setor de comunicação. Mas é preciso ter cuidado, grandes poderes trazem grandes responsabilidades, pois nem sempre a atividade gera mudanças positivas.

O surgimento da internet modificou completamente a dinâmica de produção e reprodução de conteúdo, assim como as relações comerciais em geral, tornando seus processos muito mais rápidos, baratos, diversificados e abrangentes. Isso fez com que os esforços da Embratur para melhorar a imagem do Brasil fossem rapidamente recompensados, trazendo seus resultados em pouco mais de dois anos após o lançamento da primeira campanha online. Hoje, o Brasil já é visto como uma potência econômica e industrial, que ao mesmo tempo detém uma grande variedade de paisagens e culturas a serem conhecidas pelo mundo, além de atrair todos os tipos de público, desde famílias a exploradores de aventuras, esportistas a músicos, artistas a empresários. Além disso, a figura da mulher foi deixada completamente de lado nas campanhas publicitárias do setor, até mesmo na esfera privada.

Contudo, a dissociação entre produção e detentores de mídia e a transferência dos relacionamentos sociais para o ambiente online causaram um grande problema comportamental nos usuários da internet: uma vez que se tornou possível ter sua opinião ouvida e respondida por uma infinidade de pessoas, o cidadão comum passou a se dedicar a produzir e compartilhar conteúdo próprio, a princípio com amigos e conhecidos, tornando isso um hábito frequente, muitas vezes diário. Mas a partir do momento em que as marcas se interessaram e tornaram essa atividade lucrativa, gerou-se uma fixação por reconhecimento, visibilidade e interações, que Karhawi

(2017) chama de capital social. É uma vez que a comunicação através de aparelhos midiáticos é impossível de ser realizada de maneira real, com a própria presença do ser, sendo necessário o uso de representações imagéticas, sonoras, textuais e virtuais; a corrida por curtidas, comentários e compartilhamentos causou um movimento frenético de construção da imagem pública. Isso já acontecia com celebridades e artistas desde o início da indústria do entretenimento, mas a partir do momento em que qualquer um poderia ser escolhido para representar uma marca e lucrar com isso pelo simples fato de existir e expor sua vida nas redes, a competição pelas vagas tem tornado essa construção imagética cada vez mais produzida e distante da realidade. Com isso, a imagem está supervalorizada e se tornou a base avaliativa para todas as relações sociais, desde a simples interação em busca de novas amizades, até a entrevista de emprego.

E esse movimento afeta diretamente o setor turístico, porque seus atrativos têm se tornado cada vez mais banalizados. A experiência de viajar se constituiu em moda contemporânea, a procura tem aumentado drasticamente, o processo se tornou mais acessível e sua comprovação virou moeda de troca no comércio de interações virtuais. Com isso, a grande variedade de lugares, com geografias, climas, relevos, espécies, culturas, histórias, povos, tradições e produções diferentes, tem se resumido a meros planos de fundo para os perfis virtuais das pessoas. Assim, os pontos turísticos mundiais estão cada vez mais lotados, mas não por turistas interessados em suas particularidades, e sim por viciados em afeto virtual, que deixaram de valorizar experiências reais para alimentar uma ilusão midiática representativa das próprias vidas.

E essa tendência é acompanhada de degradação ambiental, com a exploração animal e todo o lixo que é acumulado devido ao grande fluxo de pessoas; degradação cultural, porque uma vez que o turismo transforma tudo em produto e a indústria gera reprodução em massa, os aspectos únicos e tradicionais se perdem em meio aos fluxos mercadológicos; e degradação histórica, pela depredação dos patrimônios e perda do interesse por essa questão. E para piorar, uma vez que os pontos turísticos mais conhecidos já perderam seus status e não representam mais um diferencial na internet, as pessoas tem cada vez mais buscado por lugares desconhecidos, para serem as primeiras a explorá-los e, assim, conseguirem se destacar. Dessa forma, a

atividade turística, que a princípio parece estar auxiliando no desenvolvimento local com a rotação de capital e divulgação, na verdade tem traçado um caminho para a sua completa destruição.

Nesse cenário, o profissional de comunicação, ciente dos efeitos da mídia e das tendências sociais que as acompanham, tem o dever social de trabalhar para reverter suas consequências negativas. Logo, é importante que seus trabalhos critiquem a supervalorização da imagem e enalteçam a importância da experiência real, de forma que o ambiente online deixe de ser visto como protagonista, determinante dos valores sociais e comerciais; para se tornar uma ferramenta de construção e desenvolvimento. Assim, ao invés de ser usada para a fabricação de imagens deturpadas e utópicas que causam depressão pela exigência de padrões cada vez mais inalcançáveis; a internet passe a servir para o compartilhamento de informações interessantes, descobertas científicas, divulgação de movimentos sociais que realmente estejam auxiliando a comunidade, e outros conteúdos cujo valor ultrapasse a barreira imagética. Já no setor turístico, é preciso parar de vender produtos pelos seus atrativos imagéticos, “belezas” naturais e “belezas” culturais, passando a ressaltar as vivências como principal motivo do ato de viajar, desconstruindo inclusive a necessidade de levar câmeras fotográficas, ícone que hoje é o mais utilizado para representar um turista.

Além disso, existem alguns postos de atuação que serão cada vez mais valorizados em um futuro recente, para o desenvolvimento nacional do turismo. Na esfera pública, são necessários: pesquisadores de oportunidades e desenvolvedores de estratégias de regionalização, cargos para os quais é necessária uma ampla compreensão de mercado, de atrativos de venda e de estratégias de marketing; assessores de projetos turísticos locais, estaduais e nacionais, que tenham saibam trabalhar com determinação de público-alvo, conhecimento de tendências e estruturação de campanhas de divulgação; e representantes legislativos, que possam emplacar as normas necessárias para evitar práticas de turismo predatório e a degradação local, além de garantir a segurança dos visitantes e o cumprimento contratual entre os diversos agentes do setor.

Já no setor privado, o espaço mais requisitado é para analista de comunicação e marketing, alguém que consiga pensar estrategicamente o funcionamento das micro

e pequenas empresas, identificando oportunidades de mercado e maneiras inovadoras para reduzir custos, aumentar a entrada de capital e ampliar a oferta de produtos que consigam competir diretamente com os grandes oligopólios. Por fim, com o fortalecimento desse movimento de valorização do real e queda do império das imagens sociais, que hoje já mostra alguns sinais de existência, com a retirada da contabilização de curtidas no Instagram<sup>77</sup>, por exemplo, as produções culturais serão cada vez mais enaltecidas, sendo uma ótima oportunidade para artistas, músicos e cineastas, entre outros profissionais que tenham algo a acrescentar.

---

<sup>77</sup> Matéria “Fim das curtidas no Instagram gera polêmica nas redes”, do dia 26 de julho de 2019. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/tecnologia/fim-da-contagem-de-curtidas-no-instagram-gera-polemica-nas-redes/>> Acesso em: 26/09/2019.

## 7. CONCLUSÃO

A partir da análise do material apresentado, é possível concluir que o Turismo é caracterizado principalmente por sete fatores-chave: é um setor recente, altamente lucrativo e eficiente para giro de capital, gerador de empregos, com forte papel social, demanda crescente, alta dependência dos setores de infraestrutura básica e com um conceito extremamente amplo, que permite uma quantidade imensurável de opções de ampliação e desenvolvimento do mercado. E da mesma forma que a indústria de transformação mudou completamente a organização da vida em sociedade, com a urbanização, a fabricação em grande escala e o comércio globalizado, o Turismo exige mudanças estruturais de governo para conseguir se desenvolver: as gestões nacionais precisam parar de visualizar cada setor da economia como uma pasta independente e passar a elaborar projetos com visão sistêmica, que possuam uma lista única de prioridades e apresentem soluções integradas e organizadas por localidade.

Também é preciso mudar o pensamento de que esfera pública e esfera privada são opostas, rivais e que uma não consegue se desenvolver direito na presença da outra. Essa dualidade acaba gerando gastos de energia desnecessários a cada mudança ideológica de mandato, visto que os candidatos de direita tendem a reduzir o estado e os candidatos de esquerda tendem a ampliá-lo, que acabam atrasando completamente o desenvolvimento nacional. É preciso achar um meio termo, buscar soluções conjuntas, os planos de governo precisam ser amplamente divulgados e em uma linguagem de fácil acesso, assim como os empresários devem estar sempre a par das necessidades de seus territórios e propor iniciativas que sejam tanto lucrativas quanto auxiliares administrativas. E a elaboração desses projetos pode ser conjunta, visto que ter a aprovação e o apoio federal facilita o acesso a linhas de crédito com juros mais baixos e dobra as verbas de divulgação.

Mudanças drásticas nas estruturas sociais do planeta são comuns na história da humanidade e são sempre iniciadas e finalizadas com processos de crise. Contudo, essas turbulências costumavam ser mais espaçadas, permitindo que houvesse um período de estabilidade e crescimento entre elas, o que causou a ascensão econômica dos países que hoje são considerados desenvolvidos, mas agora estão ocorrendo cada vez mais rápido, o que dificulta o desenvolvimento de nações que começaram a

se estruturar tardiamente. Mal passaram 40 anos da Guerra Fria e a economia mundial já precisa se preparar para uma nova crise: são necessários US\$ 90 trilhões nos próximos quinze anos, para conseguir acomodar o crescimento populacional, que tem previsão de 1,4 milhões de pessoas por semana nas próximas duas décadas. Isso significa dobrar o investimento anual atual de todos os países.

Nesse cenário, o Brasil tem potencial para ser a maior economia turística do mundo e conseguir garantir os recursos necessários para a superação dessa nova crise, mas sofre com a falta de infraestrutura, com o excesso de burocracia, com a incerteza política e com os oligopólios. O domínio do mercado por um pequeno grupo de empresas de grande porte gera influência política para favorecimento próprio, garante vista grossa para a fiscalização, estabelece um padrão de preços abusivos para o consumidor, acumula o capital ao invés de incentivar o giro e impossibilita a entrada de pequenos players. Uma empresa pequena hoje precisa lidar com altos custos, altos juros de empréstimos e também com concorrentes nacionais já fidelizados pela população e que realizam ofertas frequentes; e a situação acaba desvalorizando o profissional, uma vez que só é possível oferecer vagas de alta carga horária e baixos salários, afastando a mão de obra qualificada.

Já o setor de infraestrutura é caracterizado por um desenvolvimento centrista, dos polos econômicos para as localidades menores e mais interioranas e dos centros das cidades para as periferias; resultado de um processo de urbanização acelerado e acompanhado de crises políticas e financeiras. O país demorou um século inteiro para se recuperar e só começou a investir em planos estruturados de universalização de serviços a partir da virada do milênio. Mas a estrutura institucional criada é ao mesmo tempo extremamente burocrática e pouquíssima fiscalizada, o que acabou gerando um repasse desproporcional de verba, em que a maior parte dos recursos é sempre direcionada para os lugares em que a situação está mais favorável, ampliando cada vez mais a desigualdade social.

O dinheiro também é muito concentrado a nível nacional, enquanto estados e municípios seguem subfinanciados. E as equipes de gestão pública a nível municipal e estadual também são extremamente desqualificadas e não possuem conhecimento técnico suficiente para a elaboração, execução e nem fiscalização de projetos. Por isso, boa parte das localidades sente dificuldade de atrair recursos federais, porque

os projetos são sempre reprovados ou paralisados durante a execução. Com a estabilização da economia, após a última crise político-econômica, o Estado brasileiro começou a juntar esforços para concluir os projetos passados que foram paralisados ou estagnados ao longo das últimas duas décadas, com o auxílio de parcerias público privadas. Mas mesmo considerando um cenário em que todas as obras em andamento sejam concluídas no prazo determinado, há o risco de o país ficar para trás na competição de mercado. Isso porque se houvesse o investimento mínimo necessário em todos os setores a partir de hoje, demorariam vinte anos para causar um impacto no sistema logístico e cinquenta para recuperar o atraso.

É preciso mudar a mentalidade dos principais players e todo o sistema de gestão. Se a esfera privada deseja o papel de protagonista, precisa parar de criar projetos focados apenas no lucro e passar a trabalhar em parceria com a administração pública em análises sistêmicas, de forma que as iniciativas continuem sendo rentáveis para as empresas, mas ao mesmo tempo auxiliem os setores e locais que mais precisam de apoio. E a gestão pública nacional precisa começar a elaborar estratégias mais criativas de desenvolvimento, com o aproveitamento das possibilidades proporcionadas pelas tecnologias, a exploração das tendências de marketing em prol da construção de projetos mais atrativos para a esfera privada, busca por alternativas para o aumento da eficiência e para a redução de gastos e identificar possibilidades de crescimento. Basicamente, é necessária uma atitude empresarial, mas com o foco no social, na universalização de serviços e na garantia de qualidade de vida para a população.

O turismo tem papel chave nos próximos passos do planejamento público-privado de desenvolvimento do país, e precisa ser levado em conta em todas as tomadas de decisão, para tornar a entrada de verba e o giro interno de capital as mais eficientes possível. O primeiro passo já foi dado, a criação do mapa nacional do turismo e a aprovação legal das medidas de desburocratização do setor. Agora é preciso que todos os setores envolvidos nas infraestruturas de acesso, recepção e comunicação tenham seus próprios mapas, de preferência online e passíveis de atualização em tempo real. E para isso acontecer, é necessário oferecer capacitação de qualidade para as gestões estaduais e municipais, para que elas entendam a importância do compartilhamento adequado de dados, trabalhem juntas no

estabelecimento de métricas únicas nacionais, aprendam a identificar problemas e oportunidades e tenham capacidade para a elaboração de projetos viáveis e atrativos para a esfera privada, assim como acordos de parcerias que sejam menos burocráticos, mas ao mesmo tempo possuam segurança jurídica, impedindo a formação de oligopólios e a cobrança de preços abusivos.

Cada setor tendo seus mapas atualizados em mãos, é preciso elencar uma lista de prioridades e iniciar a comunicação sistêmica, seja com a presença dos ministros responsáveis pelas várias infraestruturas presentes nas discussões de regionalismo do turismo, seja criando uma comissão voltada para o desenvolvimento integrado. O importante é alinhar as prioridades em uma única estratégia, ampliar o debate e criar uma rede de compartilhamento de ideias e soluções. Outro benefício de ter um sistema nacional de prioridades, é que vai evitar que projetos de longa duração, como a construção de ferrovias e a estruturação da segurança pública, sejam modificados, recomeçados ou cancelados a cada novo mandato. Inclusive, vai tornar o desenvolvimento nacional menos suscetível a desmontes e mudanças de direcionamento resultantes da variação constante de ideologias político-econômicas.

O passo seguinte é buscar o apoio da iniciativa privada, seja por meio de concessões lucrativas ou através de novos formatos de projetos colaborativos, que auxiliem no cumprimento das metas governamentais e ao mesmo tempo tragam algum tipo de benefício para as empresas, mesmo que não seja financeiro, explorando as tendências de branding, aproximação com o cliente e humanização empresarial. E por fim, é preciso investir no desenvolvimento tecnológico do país, fomentando a pesquisa científica. Se cada setor da economia dedicar uma parcela do seu orçamento para o financiamento de trabalhos acadêmicos nas suas áreas específicas de interesse, é possível captar mais investimentos e, ao mesmo tempo, desafogar o Ministério da Educação. Também é interessante incentivar empresas privadas a realizarem esse tipo de investimento, até porque os resultados podem beneficiar suas próprias margens de lucro diretamente.

Esses são os quatro pontos chave do desenvolvimento nacional sistêmico, mas algumas medidas podem ser tomadas para o aumento da efetividade, tais como: priorizar soluções sustentáveis e mais baratas, criar marcos regulatórios para todos os mercados que ainda não possuem, aumentar o salário dos professores, criar

propagandas de incentivo ao uso do transporte público e campanhas de consumo consciente de energia, aumentar os impostos sobre veículos pessoais e acabar com o subsídio do combustível, investir em projetos sociais de esporte e cultura, integrar o sistema de transportes de carga, expandir as rotas aéreas a partir de acordos com os outros países da América Latina, expandir o acesso à internet de qualidade e estudar quais são as dificuldades de fiscalização, resolução de crimes e julgamento de processos no país e buscar soluções para o aumento de eficiência dessa atividade, reduzindo assim a impunidade.

Com a garantia da infraestrutura necessária, é possível começar a investir em medidas para aumentar o fluxo de turistas, fomentar o comércio local e incentivar o estabelecimento de mercados turísticos. E a partir da análise dos 11 segmentos definidos como prioritários pelo Ministério do Turismo, foi possível desenvolver uma estratégia de desenvolvimento de mercado em quatro etapas de investimento. A primeira é direcionada para ecoturismo, sol e praia, cultura e aventura, por representarem a maior parte da demanda, serem passíveis de exploração em qualquer parte do território e por serem equivalente às tendências turísticas mundiais contemporâneas. A segunda é voltada para o turismo de negócios e para o turismo náutico, por serem altamente rentáveis, conseguirem se desenvolver em quase todas as partes do país e por conseguirem se desenvolver sem muita ajuda do Estado. Ambas podem ser colocadas em prática para se desenvolverem junto com os investimentos em infraestrutura, desde que haja alinhamento entre as partes envolvidas.

Uma terceira etapa, seria direcionada para estudos, intercâmbio e saúde, para explorar o parque industrial brasileiro que é referência no mundo inteiro, e também as instituições de saúde e educação renomadas espalhadas pelo país. Ela necessariamente precisa ser realizada depois, porque exige infraestrutura de recepção e toda uma gama de atrativos turísticos combinados para manter os visitantes ocupados e felizes quando estão fora das universidades ou do hospital. E por último, uma quarta fase seria voltada para a ampliação de fluxo turístico e rotatividade de capital nas menores localidades do país e, por consequência, mais frágeis, através do turismo rural, turismo de pesca e turismo social. E para isso, são

necessários intensos trabalhos de pesquisa de impacto, infraestrutura adequada, capacitação dos envolvidos na atividade e fiscalização eficiente.

Levando em conta toda a abrangência desse cenário, cabe ao profissional de comunicação realizar a ligação entre turistas e locais turísticos, enaltecendo seus atrativos e possibilidades de experiência. Porém, ele tem a responsabilidade social, como conhecedor dos impactos de sua atividade, de não reproduzir estereótipos e reverter os efeitos negativos que acompanham o processo desregulado da atividade midiática, além de estabelecer seu uso como ferramenta para acelerar o processo de desenvolvimento nacional. Sua presença é extremamente necessária em cargos públicos de pesquisa e identificação de oportunidades para explorar a regionalização do turismo, assessoria de projetos e representação legislativa do setor. Já na esfera privada, a atividade mais necessária é a de analista de mercado, para identificar maneiras de sobreviver e se sobressair diante da concorrência de oligopólios. Além disso, produções culturais das mais variadas formas serão cada vez mais valorizadas, desde que seus conteúdos possam acrescentar em algo nas discussões públicas ou no desenvolvimento pessoal do consumidor.

Por fim, vale dizer que o conjunto de medidas e planos aqui apresentados cobrem todas as necessidades identificadas durante os dois anos de pesquisa exploratória do setor e encerram o panorama geral do turismo brasileiro, proposto como objetivo central deste trabalho. Contudo, é importante que a análise econômica se estenda para um detalhamento das características de demanda, tanto nacional quanto internacional, visto que esse estudo é essencial para elencar as prioridades estruturais do desenvolvimento integrado pautado pelo potencial turístico. E também é fundamental para ajudar as empresas do setor a identificar oportunidades de crescimento ou a abertura de novos negócios, reiterando a necessidade de desenvolver novos modelos empresariais capazes de competir com os fortes oligopólios da economia brasileira.

## 8. BIBLIOGRAFIA

### 8.1 Referencial Teórico

DANTAS, Edmundo Brandão. *Manual Realmente Prático para Elaboração de Planos de Marketing*. Brasília, 2012, 171p.

DARREN, Barefoot. SZABO, Julie. *Manual de Marketing em Mídias Sociais*. São Paulo: NOVATEC, 2016, 296p.

DIAS, Reinaldo. CASSAR, Maurício. *Fundamentos do Marketing Turístico*. São Paulo: Pearson Education, 2005, 292p.

KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. 4a ed. São Paulo: Atlas, 1996.

PARKER, Geoffrey. VAN, Marshall Alstyne. POUL, Sangeet Choudary. *Plataforma: A Revolução da Estratégia*. São Paulo: HSM Editora, 2016, 376p

POLO, Fernando. POLO, Juan Luis. *#Socialholic: Tudo o que você precisa saber sobre marketing nas mídias sociais*. São Paulo: Senac, 2016, 398p.

REZ, Rafael. *Marketing de Conteúdo: A moeda do século XXI*. São Paulo: DVS Editora, 2016, 379p.

SMITH, Adam. (1776) *A riqueza das nações*. Rio de Janeiro: Abril Cultural.1982.472p.

WESTWOOD, John. *O plano de marketing*. São Paulo: Makron Books, 2002. 227p.

### 8.2 Comunicação no Turismo

ADORNO, Theodor. HORKHEIMER, Max (1947). A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. *In*: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 169-214. Disponível em: <<https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/ADORNO.pdf?1349568504>> Acesso em: 16/07/2019.

ALMEIDA, Marcos Inácio Severo de. COELHO, Ricardo Limongi França. JUNIOR, Celso Gonçalves Camilo. GODOY, Rafaella Martins Feitosa de. Quem Lidera sua Opinião? Influência dos Formadores de Opinião Digitais no Engajamento. Artigo, Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, *In: Administração Contemporânea*, 2018, vol. 22, nº 1, p.115-137. Disponível em:

<<http://www.scielo.br/pdf/rac/v22n1/1982-7849-rac-22-01-0115.pdf>> Acesso em: 25/07/2019.

BOORSTIN, Daniel. A Imagem. In: *L'Image*. Union Générale d'Éditions, Col. 10/18 . Paris, 1971. Tradução de L. C. Martino e Gabriel Almeida Bursztyn, Brasília, 2003. Disponível em: <[https://www.passeidireto.com/arquivo/2146107/boorstin\\_a\\_image\\_m\\_textooriginal](https://www.passeidireto.com/arquivo/2146107/boorstin_a_image_m_textooriginal)> Acesso em: 16/07/2019.

CALAZANS, Flávio Mário de Alcântara. FEIJÓ, Fernando Carrazedo. *A imagem internacional do turismo sexual no Brasil: o "prostiturismo" no marketing turístico*. Núcleo de Pesquisa em Publicidade, Propaganda e Marketing, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador, 2002, 14p. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/98274719883337482119000652063951775812.pdf>> Acesso em: 19/07/2019.

CARVALHO, Alan Francisco de. Políticas públicas em turismo no Brasil. Sociedade e Cultura, *revista de ciências sociais da Universidade Federal de Goiás - UFG*, Goiânia, 2000, p.97-109. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/703/70312129006.pdf>> Acesso em: 18/07/2019.

CARVALHO, Jayne. ALVES, Karla. *A influência de campanhas publicitárias no turismo*. Artigo, Medium Corporation, 2016. Disponível em: <<https://medium.com/@traveltech.designufc/a-influ%C3%Aancia-de-campanhas-publicit%C3%A1rias-no-turismo-b2333f4f7716>> Acesso em: 22/07/2019.

CASTRO, Celso. GUIMARÃES, Valéria Lima. MAGALHÃES, Aline Montenegro. *A história do turismo no Brasil*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2013, 284p.

CAVALCANTE, Lídia Eugênia. DIAS, Edna Leite. O mercado de informação no setor turístico brasileiro. Artigo, In: *Informação & Informação*, Londrina, 2001, vol. 6, nº 2, p. 121-129. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1692/1443>> Acesso em: 19/07/2019.

CHAGAS, Marcio Marreiro das. DANTAS, Andrea Virgínia Sousa. *A imagem do Brasil como destino turístico nos websites das operadoras de turismo europeias*. Artigo, Universidade Gran Rio, Observatório de Inovação do Turismo, 2009, 19p. Disponível

em: <<http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/article/view/3540/1667>>  
Acesso em: 22/07/2019.

DREYER, Bianca Marder. Relações públicas e influenciadores digitais: abordagens para a gestão do relacionamento na contemporaneidade. Artigo, Universidade de São Paulo, *In: Revista Comunicare*, 2018, São Paulo, Vol. 17, p.56-75. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-2-Comunicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>> Acesso em: 25/07/2019.

ECO, Umberto (1965). Cultura de massa e “níveis” de cultura. *In: ECO, Umberto. Apocalípticos e Integrados*, 1993, São Paulo, Editora Perspectiva, p. 33-67. Disponível em: <<http://www.edufrn.ufrn.br/bitstream/123456789/734/3/CULTURA%20DE%20MASSA%20E%20N%C3%8DVEIS%20DE%20CULTURA.%20Apocal%C3%ADpticos%20e%20integradas.%20ECO%2C%20Umberto.%201993..pdf>> Acesso em: 16/07/2019.

EMBRATUR. *Ações e Programas*. Disponível em: <[http://www.embratur.gov.br/lai\\_embratur\\_secom/opencms/menu/embratur/Acoeseprogramas.html](http://www.embratur.gov.br/lai_embratur_secom/opencms/menu/embratur/Acoeseprogramas.html)> Acesso em: 22/07/2019.

FRANÇA, Lisa. A evolução da propaganda cultural e suas relações com a política. Artigo, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás, *in: Comunicação & Informação*, 2000, vol. 3, nº 2, p. 197-217. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/index.php/res/download/78889>> Acesso em: 22/07/2019.

GOMES, Erika Cirqueira. GOMES, Evandro Ferreira. *O papel dos Influenciadores Digitais no relacionamento entre marcas e millennials na Era Pós-Digital*. Artigo, Centro Universitário Estácio do Ceará, Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Fortaleza, 2017, 15p. Disponível em: <<http://www.porta.lintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0751-1.pdf>> Acesso em: 25/07/2019.

GOMES, Mariana Selister. *Marketing turístico e violência contra as mulheres: (des)(re)construções do Brasil como Paraíso de Mulatas*. Pós-graduação em sociologia, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio

Grande do Sul, Porto Alegre, 2009, 131p. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/18449>> Acesso em: 22/07/2019.

GOVERNO DO BRASIL. *Campanha incentiva brasileiros a conhecer destinos nacionais*. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2014/06/campanha-incentiva-brasileiro-a-conhecer-destinos-nacionais>> Acesso em 22/07/2019.

KARHAWI, Issaaf. *Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão*. Artigo, XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Belo Horizonte - MG, 2017. Disponível em: <<http://alinecurso.com.br/wp-content/uploads/2019/03/influenciadores-digitais-conceitos-e-praticas-em-discussao.pdf>> Acesso em: 25/07/2019.

KAJIHARA, Kelly Akemi. *A imagem do Brasil no exterior: análise do material de divulgação oficial da EMBRATUR, desde 1966 até os dias atuais*. Trabalho de conclusão de curso para bacharelado em Turismo, Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes, São Paulo, 2008. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros/VIpremio/Graduaxo-1x\\_Lugar-A\\_Imagem\\_do\\_Brasil\\_no\\_Exterior.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/outros/VIpremio/Graduaxo-1x_Lugar-A_Imagem_do_Brasil_no_Exterior.pdf)> Acesso em: 22/07/2019.

MACLUHAN, Marshall (1964). *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, 1969, Cultrix, p.21-50. Disponível em: <[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4609007/mod\\_resource/content/1/MCLUHAN%2C%20Marshall%20-%20Os%20Meios%20de%20Comunicac%CC%A7a%CC%83o%20como%20Extens%CC%83es%20do%20Homem.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4609007/mod_resource/content/1/MCLUHAN%2C%20Marshall%20-%20Os%20Meios%20de%20Comunicac%CC%A7a%CC%83o%20como%20Extens%CC%83es%20do%20Homem.pdf)> Acesso em: 16/07/2019.

MANTOVANI, Flávia. *No passado, Brasil já teve material oficial de turismo com apelo sexual*. G1, Turismo e Viagem, 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2014/02/no-passado-brasil-ja-teve-material-oficial-de-turismo-com-apelo-sexual.html>> Acesso em: 18/07/2019.

MARTINO, Luiz. *A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões*. Artigo, Grupo de Trabalho “Epistemologia da Comunicação”, XVIII Encontro da Compós, PUC-MG, Belo Horizonte, junho de 2009, 9p. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1107.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1107.pdf)> Acesso em: 16/07/2019.

MARTINO, Luiz. De qual comunicação estamos falando? In: V.V. FRANÇA; A. HOHFELDT; L.C. MARTINO (org.) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis, 2001, Vozes, p.11-27. Disponível em: <<https://introducaocomunicacao.files.wordpress.com/2012/11/de-qual-com.pdf>> Acesso em: 15/07/2019.

MOREIRA, Thays. RIOS, Riverson. *A Construção da Celebridade Midiática no contexto dos Digital Influencers*. Artigo, Universidade Federal do Ceará, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, 11p. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2488-1.pdf>> Acesso em: 25/07/2019.

PAGANOTTI, Ivan. *Imagens do Brasil turístico nas páginas do New York Times*. Artigo, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP), In: *Pensam. Real*, ano XII — v. 24, n. 2/2009, p. 47-64. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/pensamentorealidade/article/view/7083/5124>> Acesso em: 22/07/2019.

PUBLICIDADE NA WEB. *Ministério do turismo investe 30% em publicidade em mídia online*. Disponível em: <<https://www.publicidadenaweb.com/2009/08/18/ministerio-do-turismo-investe-30-em-publicidade-em-midia-online/>> Acesso em: 22/07/2019.

RIO SAMBA E CARNAVAL. Vol. 1, Rio de Janeiro, 1972. Disponível em: <<https://issuu.com/marcelooreilly/docs/rsc-1972>> Acesso em: 18/07/2019.

RODRIGUES, Marcelo Carmo. *Para onde foi o “jornalismo turístico”?* - Análise de capas da revista Viagem & Turismo em 2007. Artigo, Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, 2007, 15p. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Para%20onde%20foi%20o%20201cjornalismo%20turistico201d.pdf>> Acesso em: 22/07/2019.

RÜDIGER, Francisco. A Escola de Frankfurt. In: V.V. FRANÇA; A. HOHFELDT; L.C. MARTINO (org.) *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*, 2001, Petrópolis, Vozes, p. 131-150. Disponível em: <<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile>>

.php/4564356/mod\_resource/content/2/Rudiger\_EscolaFrankfurt.pdf> Acesso em: 16/07/2019.

SANTOS, Bárbara Pereira Carmona dos. CASTRO, Cleber Augusto Trindade. Ética em publicidade e propaganda no turismo. Artigo, Universidade Federal do Pará, *In: Turismo & Sociedade*, Curitiba, 2008, v. 1, nº 1, p.74-83. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/11926/8414>> Acesso em: 22/07/2019.

SILVA, Cristiane Rubim Manzina da. TESSAROLO, Felipe Maciel. *Influenciadores Digitais e as Redes Sociais Enquanto Plataformas de Mídia*. Artigo, Faculdades Integradas Espírito Santense, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, 14p. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2104-1.pdf>> Acesso em: 25/07/2019.

SOUZA, Fábio José de. SOUZA, Thalita Maria Mancoso Mantovani e. *Turismo e publicidade na internet: percepção da ética*. Artigo, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2009, 15p. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2502-1.pdf>> Acesso em: 22/07/2019.

SOUZA, Jackson de. BRITO, Tiago Silva Alves de. *Marketing Turístico: um estudo sobre as práticas de publicidade existentes na comercialização de pacotes turísticos*. Artigo, Universidade Federal do Paraná, *In: Turismo & Sociedade*, Curitiba, 2014, v.7, nº2, p 271-291. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/35179/22944>> Acesso em: 22/07/2019.

### **8.3 Pesquisa de Campo**

AEROFLAP. *Governo vai investir mais de R\$ 200 milhões nos aeroportos regionais*. Disponível em: <<https://www.aeroflap.com.br/governo-vai-investir-mais-de-r-200-milhoes-nos-aeroportos-regionais/>> Acesso em: 06/09/2018.

AFONSO, Nathália. MORAES, Maurício. Marés, Chico. *Em Davos, Bolsonaro erra ao falar sobre florestas e preservação do meio ambiente*. Folha de São Paulo, Agência

Lupa, 2019. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/01/22/davos-bolsonaro-meio-ambiente/>> Acesso em: 04/06/2019.

AGÊNCIA BRASIL. *Conheça os desafios da comunicação no Brasil*. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/2014/10/conheca-os-desafios-da-comunicacao-no-brasil>> Acesso em: 23/06/2019.

AGÊNCIA BRASIL. *Governo anuncia parcerias com Vale e MRS para construir ferrovias*. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/201807/governo-anuncia-parcerias-com-vale-e-mrs-para-construir-ferrovias>> Acesso em: 11/09/2018.

AGÊNCIA BRASIL. *Governo disponibiliza R\$5 bi para projetos no setor de turismo*. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/201804/governodisponibiliza-r-5-bi-para-projetos-no-setor-de-turismo>> Acesso em: 04/09/2018.

AGÊNCIA BRASIL. *PAC executou quase dois terços do gasto previsto para o período de 2015 a 2018*. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-08/pac-executou-quase-dois-tercos-do-gasto-previsto-para-periodo-de-2015-2018>> Acesso em: 09/09/2018.

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS. *Governo Federal lança plano de ações para garantir segurança hídrica do país*. Disponível em: <<http://www3.ana.gov.br/portal/ANA/noticias/governo-federal-lanca-plano-de-aco-es-para-garantir-seguranca-hidrica-do-pais>> Acesso em: 14/05/2019.

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. *ANAC coletará dados para monitorar novos investimentos em aeroportos*. Disponível em: <<http://www.anac.gov.br/noticias/anac-coletara-dados-para-monitorar-novos-investimentos-em-aeroportos-5>> Acesso em: 06/09/2018.

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. *Leilão dos 12 aeroportos será em 15 de março*. Disponível em: <<http://www.anac.gov.br/noticias/2018/leilao-dos-12-aeroportos-sera-em-15-de-marco>> Acesso em: 06/05/2019.

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. *Relatório de atividades 2009*. Disponível em: <[http://www.anac.gov.br/publicacoes/publicacoes-arquivos/relatorio\\_de\\_atividades\\_anac\\_2009.pdf](http://www.anac.gov.br/publicacoes/publicacoes-arquivos/relatorio_de_atividades_anac_2009.pdf)> Acesso em: 11/09/2018.

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. *Relatório de atividades 2014*. Disponível em: <[http://www.anac.gov.br/publicacoes/publicacoes-arquivos/rel\\_anac\\_2014.pdf](http://www.anac.gov.br/publicacoes/publicacoes-arquivos/rel_anac_2014.pdf)> Acesso em: 11/09/2018.

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL. *Relatório de atividades 2016*. Disponível em: <[http://www.anac.gov.br/publicacoes/publicacoes-arquivos/RelatorioANAC2016\\_web.pdf](http://www.anac.gov.br/publicacoes/publicacoes-arquivos/RelatorioANAC2016_web.pdf)> Acesso em: 06/09/2018.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS SP. *Empreendedores encontram oportunidades no mercado de pesca esportiva*. Jornal Globo, pequenas empresas & grandes negócios, 2018. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Diversao-e-turismo/noticia/2018/09/empreendedores-encontram-oportunidades-no-mercado-de-pesca-esportiva.html>> Acesso em: 02/04/2019.

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS BRASIL-ÁRABE. *Turismo de negócios cresceu 7,8% no Brasil*. Disponível em: <<https://anba.com.br/turismo-de-negocios-cresceu-78-no-brasil/>> Acesso em: 02/04/2019.

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA. *Atlas de Energia Elétrica do Brasil*. 3ª edição, Brasília, 2008. Disponível em: <<http://www2.aneel.gov.br/arquivos/pdf/atlas3ed.pdf>> Acesso em: 24/09/2018.

AGRANONIK, Marilyn. *Desigualdades no acesso à saúde*. Artigo, Fundação de Economia e Estatística, Rio Grande do Sul, 2016. In: Carta de Conjuntura da FEE, ano 25, nº 8, 2016. Disponível em: <<http://carta.fee.tche.br/article/desigualdades-no-acesso-a-saude/>> Acesso em: 06/06/2019.

ALÉM, Francisco. *Hidroviás: caminho para o desenvolvimento*. In: Justiça e Política. Ambiente Legal. 2013. Disponível em: <<http://www.ambientelegal.com.br/hidrovias-caminho-para-o-desenvolvimento/>> Acesso em: 16/09/2016.

ALVES, Gabriel. *Corte de verba marca início da gestão de Marcos Pontes no Ministério da Ciência*. Folha de São Paulo, Ciência, 2019. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/ciencia/2019/04/corte-de-verba-marca-inicio-da-gestao-de-marcos-pontes-no-ministerio-da-ciencia.shtml>> Acesso em: 24/06/2019.

ALVIM, Mariana. *Brasil fica em 89º lugar em pesquisa sobre qualidade e acesso à saúde*. O Globo, Sociedade, 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/brasil-fica-em-89-lugar-em-pesquisa-sobre-qualidade-acesso-saude-21361962>> Acesso em: 06/06/2019.

AQUINO, Miriam. *MCTIC vai buscar apoio de todo o governo ao PLC 79, mas admite mudanças futuras*. Tele Síntese, Governo, 2019. Disponível em: <<http://www.telesintese.com.br/mctic-vai-buscar-apoio-de-todo-o-governo-ao-plc-79-mas-admite-mudancas-futuras/>> Acesso em: 24/06/2019.

ARAÚJO, Jamile. *Qual o impacto da saída dos médicos cubanos do Brasil para o povo baiano?* Brasil de Fato, Geral, Saúde, 2018. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2018/12/07/qual-o-impacto-da-saida-dos-medicos-cubanos-do-brasil-para-o-povo-baiano/>> Acesso em: 10/06/2019.

ARCOVERDE, Letícia. *Brasileiro tem maior gasto com deslocamento entre casa e trabalho*. Valor Econômico, Carreira, 2018. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/carreira/4019900/brasileiro-tem-maior-gasto-com-deslocamento-entre-casa-e-trabalho>> Acesso em: 04/06/2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE ENGENHARIA DE TRÂNSITO. *BR Legal: um programa que não pode parar*. Disponível em: <[http://abeetrans.com.br/abeetrans/news/Abeetrans\\_News\\_09.pdf](http://abeetrans.com.br/abeetrans/news/Abeetrans_News_09.pdf)> Acesso em: 09/09/2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE SERVIÇOS AUXILIARES DE TRANSPORTE AÉREO. *Governo Federal planeja privatizar a Infraero, diz jornal*. Disponível em: <<http://www.abesata.org/br/2018/04/13/governo-federal-planeja-privatizar-a-infraero-diz-jornal/>> Acesso em: 06/09/2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE VIAGEM DO CEARÁ. *Embratur vira agência brasileira de promoção do turismo*. Disponível em: <<http://www.abav.com.br/ce/noticias/embratur-vira-agencia-brasileira-de-promocao-do-turismo>> Acesso em: 23/05/2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENGENHARIA SANITÁRIA E AMBIENTAL. *Situação do saneamento básico no Brasil: uma análise com base na PNAD 2015*. Disponível em: <<http://abes-dn.org.br/pdf/Situacao.pdf>> Acesso em: 18/09/2018.

ATUAL AMAZONAS. *Eólicas serão segunda fonte de energia elétrica em 2019*. Disponível em: <<http://amazonasatual.com.br/eolicas-serao-segunda-fonte-de-energia-eletrica-no-brasil-em-2019/>> Acesso em: 27/09/2018.

AUGUSTO, Otávio. *33 milhões de brasileiros não têm onde morar, aponta levantamento da ONU*. Correio Braziliense, Brasil, 2018. Disponível em: <[https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/05/03/interna-brasil\\_678056/deficit-de-moradias-no-brasil-chega-a-6-3-milhoes-sp-tem-a-maior-defasagem.html](https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/05/03/interna-brasil_678056/deficit-de-moradias-no-brasil-chega-a-6-3-milhoes-sp-tem-a-maior-defasagem.html)> Acesso em: 27/05/2019.

AVANÇAR. *Conheça o programa*. Disponível em: <[http://smp.planejamento.gov.br/pub/cartilha\\_avancar.pdf](http://smp.planejamento.gov.br/pub/cartilha_avancar.pdf)> Acesso em: 06/09/2018.

AVIAÇÃOJOR. *Aeroportos no Brasil: a nova geografia das concessões*. Disponível em: <<http://aviacao.jor.br/aeroportos/aeroportos-no-brasil-nova-geografia-das-concessoes/>> Acesso em: 06/09/2018.

AVIANCA. *Mercado aéreo cresce nos dois primeiros meses de 2018*. Disponível em: <<https://www.aviacaobrasil.com.br/mercado-aereo-cresce-nos-dois-primeiros-meses-de-2018/>> Acesso em: 06/09/2018.

AZEVEDO, Rodrigo. *A história da educação no Brasil: uma longa jornada rumo à universalização*. Gazeta do Povo, Educação, Evolução, 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/educacao/a-historia-da-educacao-no-brasil-uma-longa-jornada-rumo-a-universizacao-84npcihyra8yzs2j8nnqn8d91/>> Acesso em: 14/06/2019.

BANDA LARGA É UM DIREITO SEU! *Quem somos*. Disponível em: <<http://campanhabandalarga.redelivre.org.br/sample-page/>> Acesso em: 24/06/2019.

BARBOSA, Vanessa. *Poluição sem fronteiras – Brasil é o 4º país que mais gera lixo plástico*. Exame, Brasil, 2019. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br>>

/brasil/poluicao-sem-fronteiras-brasil-e-o-4o-pais-que-mais-gera-lixo-plastico/>

Acesso em: 03/06/2019.

BBC NEWS. *Mais médicos: O que disseram Cuba e Bolsonaro sobre a saída dos cubanos do programa.* Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-46210587>> Acesso em: 10/06/2019.

BELCHIOR, Douglas. DEALDINA, Selma. *Segurança pública e genocídio negro no Brasil.* Folha de São Paulo, Opinião, 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2019/05/seguranca-publica-e-genocidio-negro-no-brasil.shtml>>

Acesso em: 21/06/2019

BELLIDO, Jaime Gregório. CARVALHO, Carolina de Campos. LAGUARDIA, Josué. OLIVEIRA, Ricardo Antunes Dantas de. VIACAVA, Francisco. *SUS: oferta, acesso e utilização de serviços de saúde nos últimos 30 anos.* Artigo, Scielo Saúde Pública, Ciência e Saúde Coletiva, 12p., 2018. Disponível em: <<https://www.scielo.org/article/csc/2018.v23n6/1751-1762/>> Acesso em: 06/06/2019.

BEMGLO. *Turismo Social: abrindo caminhos para a evolução pessoal.* Disponível em: <<https://blog.bemglo.com/turismo-social/>> Acesso em: 27/03/2019.

BENITES, Afonso. *Brasil, um país sem uma política de segurança pública.* El País, Eleições 2014, Os desafios, 2014. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2014/08/26/politica/1409006289\\_962975.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2014/08/26/politica/1409006289_962975.html)> Acesso em: 21/06/2019.

BERBERT, Lúcia. *PLC 79 volta à CCT para exame de emendas.* Tele Síntese, Congresso Nacional, 2018. Disponível em: <<http://www.telesintese.com.br/plc-79-volta-a-cct-para-exame-de-emendas/>> Acesso em: 24/06/2019.

BERTOLINO, Osvaldo. *O poder dos bancos no governo Bolsonaro.* Vermelho, economia. 2018. Disponível em: <<http://www.vermelho.org.br/noticia/316823-1>> Acesso em: 19/01/2019.

BÔAS, Bruno Villas. IBGE: *Brasil tem 11,8 milhões de analfabetos, metade está no Nordeste.* Valor Econômico, Brasil, Macroeconomia, 2017. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5234641/ibge-brasil-tem-118-milhoes-de-analfabetos-metade-esta-no-nordeste>> Acesso em: 17/06/2019.

BRAGA, Juliana. *Segundo meio de comunicação mais usado é a internet, aponta pesquisa*. G1, Economia, Mídia e Marketing, 2014. Disponível em: <[http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/03/segundo-meio-de-comunicacao - mais-usado-e-internet-aponta-pesquisa.html](http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2014/03/segundo-meio-de-comunicacao-mais-usado-e-internet-aponta-pesquisa.html)> Acesso em: 21/06/2019.

BRANCO, Leo. Pádua, Luciano. *Segurança pública no Brasil tem muito plano e pouca ação*. Exame, Revista Exame, 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/muito-plano-pouca-acao/>> Acesso em: 21/06/2019.

BRASIL247. *20 anos após privatização, setor ferroviário tem menor velocidade desde 2001*. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/pt/247/brasil/335615/20-anos-ap%C3%B3s-privatiza%C3%A7%C3%A3o-setor-ferrovi%C3%A1rio-tem-menor-velocidade-desde-2001.htm>> Acesso em: 11/09/2018.

BRASIL ESCOLA. *Educação no Brasil*. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/educacao/educacao-no-brasil.htm>> Acesso em: 14/06/2019.

BRASIL ESCOLA. *Hidroviás*. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/geografia/hidrovias.htm>> Acesso em: 13/09/2018.

BRASIL ESCOLA. *Plano Nacional de Educação (PNE)*. Disponível em: <<https://educador.brasilescola.uol.com.br/politica-educacional/plano-nacional-educacao-pne.htm>> Acesso em: 17/06/2019.

CABANA ON. *A história das ferrovias no Brasil*. Disponível em: <<http://cabana-on.com/Brasil/artigos/artigo22.html>> Acesso em: 12/09/2018.

CALEIRO, João Pedro. *R\$ 9 trilhões: o preço para o Brasil resolver sua infraestrutura*. Exame, economia, 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/economia/r-9-trilhoes-o-preco-para-o-brasil-resolver-sua-infraestrutura/>> Acesso em: 12/04/2019.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Comissão de Educação: histórico*. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/ce/plano-nacional-de-educacao/historico>> Acesso em: 14/06/2019.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Deputados criticam cortes no Orçamento 2019 para esportes e turismo*. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/camara/noticias/noticias/ADMINISTRACAO-PUBLICA/563083-DEPUTADOS-CRITICAM> -

CORTES-NO-ORCAMENTO-2019-PARA-ESPORTES-E-TURISMO.html> Acesso em: 22/05/2019.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Emenda Constitucional nº 95 de 2016 – Teto dos Gastos Públicos*. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/emecon/2016/emendaconstitucional-95-15-dezembro-2016-784029-norma-pl.html>> Acesso em: 17/06/2019.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Novo marco regulatório das comunicações: censura ou liberdade de expressão? – Bloco 1*. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/camaranoticias/radio/materias/REPORTAGEM-ESPECIAL/404480-NOVO-MARCO-REGULATORIO-DAS-COMUNICACOES-CENSURA-OU-LIBERDADE-DE-EXPRESSIONAMENTO.html>> Acesso em: 24/06/2019.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. *Promulgada emenda constitucional do teto dos gastos públicos*. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/ECONOMIA/521413-PROMULGADA-EMENDA-CONSTITUCIONAL-DO-TETO-DOS-GASTOS-PUBLICOS.html>> Acesso em: 10/06/2019.

CANCIAN, Natália. *Em cem dias, ministro da Saúde freia anúncios e tenta evitar radicalização*. Folha de São Paulo, Cotidiano, 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/04/em-cem-dias-ministro-da-saude-freia-anuncios-e-tenta-evitar-radicalizacao.shtml>> Acesso em: 10/06/2019.

CANO, Ignacio. *Políticas de segurança pública no Brasil: tentativas de modernização e democratização versus a guerra contra o crime*. Scielo, Sur. Revista Internacional de Direitos Humanos, vol. 3 nº 5, São Paulo, 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1806-64452006000200007](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1806-64452006000200007)> Acesso em: 21/06/2019.

CARIO, Rebeca Dias. FILHO, Osvaldo Martins de Moraes. NOGUEIRA, Ronaldo Alves. *Análise dos investimentos em segurança pública no Brasil entre 2000 e 2009*. Revista Brasileira de Segurança Pública, ano 5, edição 8, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://revista.forumseguranca.org.br/index.php/rbsp/article/view/82/79>> Acesso em: 21/06/2019.

CARPEMUNDI. *Visitantes brasileiros no exterior*. Disponível em: <<https://www.carpemundi.com.br/visitantes-brasileiros-no-exterior/>> Acesso em: 10/06/2018.

CARTA CAPITAL. *A crise econômica, o legado de Temer e a eleição*. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/987/a-crise-o-legado-de-temer-e-a-eleicao>> Acesso em: 09/09/2018.

CARVALHO, Priscila. *Ecoturismo é tendência para viagens em 2018*. IstoÉ, turismo, 2017. Disponível em: <<https://istoe.com.br/ecoturismo-e-tendencia-para-viagens-em-2018/>> Acesso em: 21/03/2019.

CASTRO, José Roberto. *3 gráficos para entender os resultados fiscais do governo*. Nexo, Expresso, 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/02/01/3-gr%C3%A1ficos-para-entender-os-resultados-fiscais-do-governo>> Acesso em: 17/06/2019.

CERATTI, Mariana Kaipper. *Acesso universal a energia: muito mais que eletricidade*. El país, termômetro econômico e social da América. 2018. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/21/economia/1526928757\\_812119.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/05/21/economia/1526928757_812119.html)> Acesso em: 26/09/2018.

CIBERIA. *Projeto de trem-bala entre Rio e São Paulo não é viável, diz presidente da EPL*. Disponível em: <<https://ciberia.com.br/projeto-de-trem-bala-entre-rio-e-sao-paulo-nao-e-viavel-diz-presidente-da-epl-15702>> Acesso em: 12/09/2018.

CLIMAINFO. *Governo Bolsonaro faz lobby contrário e não assina acordo internacional de limitação da exportação de resíduo plástico*. Disponível em: <<http://climainfo.org.br/2019/05/15/governo-bolsonaro-faz-lobby-contrario-e-nao-assina-acordo-internacional-de-limitacao-da-exportacao-de-residuo-plastico/>> Acesso em: 05/06/2019.

CM TECNOLOGIA. *Saúde pública brasileira: panorama histórico e desafios*. Disponível em: <<https://www.cmtecnologia.com.br/saude-publica-brasileira/>> Acesso em: 06/06/2019.

COELHO, Jorge. *Turismo online no Brasil fatura R\$35,1 bilhões*. Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Sergipe, agência de notícias,

2018. Disponível em: <<http://www.fecomercio-se.com.br/radarfecomercio/radar-120>> Acesso em: 09/04/2019.

COLAÇO, Janize. *Classes C e D aumentam gastos com turismo; saiba como aproveitar*. PANROT, mercado, pesquisas e estatísticas, 2018. Disponível em: <[https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2018/06/classes-c-e-d-aumentam-gastos-com-turismo-saiba-como-aproveitar\\_156437.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/pesquisas-e-estatisticas/2018/06/classes-c-e-d-aumentam-gastos-com-turismo-saiba-como-aproveitar_156437.html)> Acesso em: 09/04/2019.

COLDIBELI, Larissa. *Brasil está entre os 20 países que mais recebem eventos internacionais no mundo*. BrasilTuris Jornal, Feiras e eventos, 2018. Disponível em: <<https://brasilturis.com.br/brasil-esta-entre-os-20-paises-que-mais-recebem-eventos-internacionais-no-mundo/>> Acesso em: 02/04/2019.

COMISSÃO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL E TURISMO. *Relatório nº 19 de 2016 de avaliação de políticas públicas quanto ao Plano de Desenvolvimento da Aviação Regional*. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=4376267>> Acesso em: 09/09/2018.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. *Pesquisa de tecnologia da Informação e Comunicações em Empresas 2015*. Disponível em: <[https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC\\_Empresas\\_2015\\_livro\\_eletronico.pdf](https://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Empresas_2015_livro_eletronico.pdf)> Acesso em: 03/06/2018.

COMPANHIA ENERGÉTICA DE MINAS GERAIS. História da eletricidade no Brasil. Disponível em: <[http://www.cemig.com.br/pt-br/a\\_cemig/Nossa\\_Historia/Paginas/historia\\_da\\_eletricidade\\_no\\_brasil.aspx](http://www.cemig.com.br/pt-br/a_cemig/Nossa_Historia/Paginas/historia_da_eletricidade_no_brasil.aspx)> Acesso em: 26/09/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. *Investimentos federais em hidrovias e ferrovias caem mais de 70% nos últimos seis anos*. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/agenciacni/noticias/2017/03/investimentos-federais-em-hidrovias-e-ferrovias-caem-mais-de-70-nos-ultimos-seis-anos/>> Acesso em: 06/09/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. *Retratos da sociedade brasileira: mobilidade urbana*. Disponível em: <<https://bucket-gw-cni-static-cms-si.s3.amazo>

naws.com/media/filer\_public/7f/1d/7f1de722-455b-4a18-bc0a-6bdc5430b9a7/retra  
tosdasociedadebrasileira\_27\_mobilidadeurbana.pdf> Acesso em: 04/06/2019.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS SERVIÇOS E TURISMO. *Pesquisa quem é o viajante brasileiro*. Disponível em: <<http://cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/pesquisa-quem-e-o-viajante-brasileiro>> Acesso em: 10/06/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE. *Anuário CNT do transporte 2018: estatísticas consolidadas*. Disponível em: <<http://anuariodotransporte.cnt.org.br/2018/>> Acesso em: 06/09/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE. *Banco de dados reúne informações de mais de 300 aeroportos brasileiros*. Disponível em: <<http://cnt.org.br/imprensa/noticia/sistema-horus-dados-aeroportos-regionais>> Acesso em: 06/09/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE. *Boletim econômico detalhado: julho de 2018*. Disponível em: <[http://cms.cnt.org.br/Imagens%20CNT/BOLETIM%20ECONOMICO/2018/Julho%202018/Boletim%20Econo%CC%82mico%20Detalhado%20\(Julho%20de%202018\)%20-%20AGREGADO.pdf](http://cms.cnt.org.br/Imagens%20CNT/BOLETIM%20ECONOMICO/2018/Julho%202018/Boletim%20Econo%CC%82mico%20Detalhado%20(Julho%20de%202018)%20-%20AGREGADO.pdf)> Acesso em: 05/09/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE. *Investimentos em aeroportos são vitais para crescimento do setor*. Disponível em: <<http://www.cnt.org.br/imprensa/noticia/abear-aviation-day-infraestrutura-aviacao-investimentos-regional-21082013>> Acesso em: 06/09/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE. *Investimento federal em rodovias não chega a 0,5% do PIB*. Disponível em: <<http://www.cnt.org.br/Imprensa/noticia/investimento-federal-em-rodovias-produto-interno-bruto>> Acesso em: 06/09/2018.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTE. *Transporte Rodoviário: desempenho do setor, infraestrutura e investimentos*. Disponível em: <<http://www.cnt.org.br/Estudo/transporte-rodoviario-desempenho>> Acesso em: 06/09/2018.

CONSELHO MUNDIAL DE VIAGEM E TURISMO. *Pesquisa de Impacto Econômico do Turismo Brasileiro em 2017*. Disponível em: <<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/brazil2017.pdf>> Acesso em: 06/09/2018.

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO. *Minha Casa Minha Vida: 56,4% dos imóveis avaliados apresentam defeitos na construção*. Disponível em: <<https://www.cgu.gov.br/noticias/2017/08/minha-casa-minha-vida-56-4-dos-imoveis-avaliados-apresentam-defeitos-na-construcao>> Acesso em: 27/05/2019.

COPASTUR BLOG. *Turismo de negócios: como funciona e qual sua importância?* Disponível em: <<https://www.copastur.com.br/blog/turismo-de-negocios/>> Acesso em: 02/04/2019.

CORNETTO, Emmeline Leite. *De que maneira o setor de energia elétrica no Brasil sairá afetado pela crise?* Campo Grande News, artigos. 2017. Disponível em: <<https://www.campograndenews.com.br/artigos/de-que-maneira-o-setor-de-energia-eletrica-no-brasil-saira-afetado-pela-crise>> Acesso em: 27/09/2018.

CORREIO BRAZILIENSE. *Governo busca novo modelo para ferrovias para melhorar o transporte de carga*. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/05/21/internas\\_economia,682049/governo-busca-novo-modelo-para-ferrovias-para-melhor-transporte-de-car.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/05/21/internas_economia,682049/governo-busca-novo-modelo-para-ferrovias-para-melhor-transporte-de-car.shtml)> Acesso em: 11/09/2018.

CORREIO BRAZILIENSE. *Governo estuda medida para destravar investimentos em ferrovias pelo país*. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/02/17/internas\\_economia,660480/governo-estuda-medida-para-destravar-investimentos-em-ferrovias.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/economia/2018/02/17/internas_economia,660480/governo-estuda-medida-para-destravar-investimentos-em-ferrovias.shtml)> Acesso em: 12/09/2018.

CORREIO BRAZILIENSE. *Poluição mata 633 crianças por ano no Brasil, aponta OMS*. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2018/10/30/interna\\_ciencia\\_saude,716338/poluicao-mata-633-criancas-por-ano-no-brasil-aponta-oms.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2018/10/30/interna_ciencia_saude,716338/poluicao-mata-633-criancas-por-ano-no-brasil-aponta-oms.shtml)> Acesso em: 03/06/2019.

COSTA, Rodolfo. Souza, Renato. SABINO, Marlla. *O drama do acesso à saúde no Brasil*. Associação Brasileira de Planos de Saúde, Notícias do Setor, 2017. Disponível

em: <<https://www.abramge.com.br/portal/index.php/pt-BR/noticias-do-setor/816-o-drama-do-acesso-a-saude-no-brasil>> Acesso em: 06/06/2019.

CRUZ, Fernanda. *Investimento em Infraestrutura deve crescer 13% nos próximos 3 anos*. Agência Brasil, economia. 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-08/investimento-em-infraestrutura-deve-crescer-13-nos-proximos-tres-anos>> Acesso em: 18/09/2018.

CUNHA, Gabriel Faria Guerra e. *Investimento em infraestrutura no Brasil (2003-2015): expansão recente e o novo modelo de financiamento*. in: Pantheon UFRJ, Monografia de bacharelado em economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, agosto de 2015. Disponível em: <[https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/965\\_/1/GFCunha.pdf](https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/965_/1/GFCunha.pdf)> Acesso em: 07/09/2018.

DA CRUZ, Adriana Inhudes Golçalves. AMBROZIO, Antonio Marcos Hoelz. PUGA, Fernando Pimentel. SOUZA, Filipe Lage de. NASCIMENTO, Marcelo Machado. *A economia brasileira: conquistas dos últimos dez anos e perspectivas para o futuro*. Biblioteca Digital do BNDS, 2012. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/961/1/A%20economia%20brasileira-conquistas%20dos%20ultimos%20dez%20anos%20\\_P-final\\_BD.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/961/1/A%20economia%20brasileira-conquistas%20dos%20ultimos%20dez%20anos%20_P-final_BD.pdf)> Acesso em: 12/01/2019.

DAMÉ, Luiza. *Futuro presidente terá de enfrentar financiamento do SUS*. Agência Brasil, Saúde, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2018-09/futuro-presidente-tera-de-enfrentar-financiamento-do-sus>> Acesso em: 06/06/2019.

DANTAS, Carolina. *Marcos Pontes assume Ministério da Ciência e Tecnologia e anuncia secretaria para incentivar pesquisas*. G1, Política, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/02/astronauta-marcos-pontes-assume-ministerio-da-ciencia-e-tecnologia.ghtml>> Acesso em: 24/06/2019.

DASSIE, Adriana Maria. *Programa Luz para Todos: avaliação da cobertura com os dados disponíveis*. Escola Nacional de Ciências Estatísticas. In: VII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Población e XX Encontro Nacional de Estudos Populacionais, Foz do Iguaçu/PR – Brasil, 17 a 22 de outubro de 2016.

DATAMEX. *O que é o PNLT e como impacta as empresas de transporte*. Disponível em: <<http://www.datamex.com.br/blog/o-que-e-o-pnlt-e-como-impacta-as-empresas-de-transporte/>> Acesso em: 07/09/2018.

DESTAK BRASIL. *Brasil não atinge meta de universalização da pré-escola, diz Unicef*. Disponível em: <<https://www.destakjornal.com.br/brasil/detalhe/brasil-nao-atinge-meta-de-universalizacao-da-pre-escola-diz-unicef>> Acesso em: 17/06/2019.

DIÁRIO COMÉRCIO INDÚSTRIA E SERVIÇOS. *Investimentos em infraestrutura no país ganharão mais fôlego em 2019*. Disponível em: <<https://www.dci.com.br/economia/investimentos-em-infraestrutura-no-pais-ganhar-o-mais-folego-em-2019-1.678214>> Acesso em: 06/09/2018.

DIÁRIO DO CENTRO DO MUNDO. *Entenda o programa mais médicos e o buraco deixado pelos mais de 8 mil cubanos que saem do país*. Disponível em: <<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/entenda-o-programa-mais-medicos-e-o-buraco-deixado-pelos-mais-de-8-mil-cubanos-que-saem-do-pais/>> Acesso em: 10/06/2019.

DIB, Ana Cristina. *Temporada 2018/2019 de cruzeiros marítimos tem início e movimenta o turismo brasileiro*. Comex do Brasil, notícias de turismo & negócios, turismo & negócios, 2018. Disponível em: <<https://www.comexdobrasil.com/temporada-2018-2019-de-cruzeiros-maritimos-tem-inicio-e-movimenta-o-turismo-brasileiro/>> Acesso em: 03/04/2019.

DUQUE, Daniel. *Saneamento básico: a agenda do século 19 que o Brasil ainda não enfrentou*. Mercado Popular. 2018. Disponível em: <<http://mercadopopular.org/2018/02/saneamento-basico/>> Acesso em: 18/09/2018.

ECYCLE. *Sustentabilidade econômica: o que é?* Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/6174-sustentabilidade-economica>> Acesso em: 26/07/2018.

EDUCA MAIS BRASIL. *Número de turistas no Brasil pode chegar a sete milhões este ano*. Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/educacao/2018/07/26/internas\\_educacao,975990/numero-de-turistas-no-brasil-pode-chegar-a-sete-milhoes-este-ano.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/especiais/educacao/2018/07/26/internas_educacao,975990/numero-de-turistas-no-brasil-pode-chegar-a-sete-milhoes-este-ano.shtml)> Acesso em 09/04/2019.

EL PAÍS. *Temer reage à crise com medidas para aliviar o bolso do brasileiro em 2017*. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/12/22/economia/1482411964\\_963569.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/12/22/economia/1482411964_963569.html)> Acesso em: 09/09/2018.

EOS ORGANIZAÇÃO E SISTEMAS. *Expectativas para o saneamento básico no Brasil em 2018*. Disponível em: <<https://www.eosconsultores.com.br/expectativas-para-o-saneamento-basico-em-2018/>> Acesso em: 30/04/2019.

EOS ORGANIZAÇÃO E SISTEMAS. *Expectativas para o saneamento básico no Brasil em 2019*. Disponível em: <<https://www.eosconsultores.com.br/expectativas-saneamento-basico-2019/>> Acesso em: 14/05/2019.

EOS ORGANIZAÇÃO E SISTEMAS. *Corrupção no setor de saneamento básico no Brasil*. Disponível em: <<http://www.eosconsultores.com.br/corruptao-no-saneamento/>> Acesso em: 30/04/2019.

ESQUERDA DIÁRIO. *Ministro do Meio Ambiente de Bolsonaro defende mais agrotóxicos e relativiza desmatamento ilegal*. Disponível em: <<http://www.esquerdadiario.com.br/Ministro-do-Meio-Ambiente-de-Bolsonaro-defende-mais-agrototoxicos-e-relativiza-desmatamento-ilegal>> Acesso em: 05/06/2019.

ESTADÃO. *Governo promete investir R\$130,97 bilhões em infraestrutura entre 2017 e 2018*. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,governo-promete-investir-r-130-97-bilhoes-em-infraestrutura-entre-2017-e-2018,70002078156>> Acesso em: 06/09/2018.

ESTADÃO. *Panorama entre saúde pública e os planos de saúde no Brasil*. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/releases-ae,panorama-entre-a-saude-publica-e-os-planos-de-saude-no-brasil,70001640859>> Acesso em: 06/06/2019.

ESTADO DE MINAS. *“The Economist” coloca a crise brasileira na primeira capa de 2016*. Disponível em: <[https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2015/12/30/interna\\_internacional,721111/the-economist-coloca-a-crise-brasileira-na-primeira-capa-de-2016.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2015/12/30/interna_internacional,721111/the-economist-coloca-a-crise-brasileira-na-primeira-capa-de-2016.shtml)> Acesso em: 09/09/2018.

EXAME. *Bolsonaro diz que vai “desburocratizar” saúde e segurança do trabalho.* Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/bolsonaro-diz-que-vai-desburocratizar-saude-e-seguranca-do-trabalho/>> Acesso em: 10/06/2019.

EXAME. *Por que o Brasil não investe em ferrovias? E por que deveria investir.* Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/por-que-o-brasil-nao-investe-em-ferrovias-e-por-que-deveria-investir/>> Acesso em: 11/09/2018.

FANELLI, Samantha. *As tendências de viagem e turismo em alta para 2018.* Momondo, Discover, Dicas&Truques, 2018. Disponível em: <<https://www.momondo.com.br/discover/artigo/tendencias-viagem-turismo>> Acesso em: 21/03/2019.

FELIX, Rosana. *Brasil caminha para ter energia mais cara do planeta.* Gazeta do Povo, economia. 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/brasil-caminha-para-ter-a-energia-mais-cara-do-planeta-86tyszyp8czy77fbcvtovdsq/>> Acesso em: 27/09/2018.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE SÃO PAULO. *Brasil investiu R\$ 460 bi em desenvolvimento urbano e infraestrutura em 2014.* Disponível em: <<https://www.fiesp.com.br/noticias/brasil-investiu-r460-bi-em-desenvolvimento-urbano-e-infraestrutura-em-2014-mostra-estudo-da-fiesp/>> Acesso em: 26/04/2019.

FELTRAN, Gabriel de Santis. *Segurança pública no Brasil contemporâneo: paradigma equivocado.* Oxfam Brasil, Publicações, sem data. Disponível em: <<https://www.oxfam.org.br/publicacoes/cada-vez-mais-desigual/seguran%C3%A7a-publica-no-brasil-contemporaneo-paradigma-equivocado>> Acesso em: 21/06/2019.

FERNANDES, Luiz Marcos. *Orçamento do MTur para 2018 será 70% menor do que o obtido há 6 anos.* Mercado&Eventos, Política, 2017. Disponível em: <[https://www.mercadoeventos.com.br/\\_destaque\\_/slideshow/orcamento-do-mtur-para-2018-sera-95-menor-do-que-o-obtido-ha-10-anos/](https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/orcamento-do-mtur-para-2018-sera-95-menor-do-que-o-obtido-ha-10-anos/)> Acesso em: 22/05/2019.

FIGUEIREDO, Cecília. *Ministro da Saúde de Bolsonaro é o primeiro a propor cobrança de atendimentos no SUS.* Brasil de Fato, Geral, Saúde, 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/05/29/ministro-da-saude-de-bolsonaro-e-o-primeiro-a-propor-cobranca-de-atendimentos-no-sus/>> Acesso em: 10/06/2019.

FIGUEIREDO, Patrícia. TENENTE, Luiza. *Entenda o corte de verbas das universidades federais e saiba como são os orçamentos das 10 maiores*. G1, Educação, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/05/15/entenda-o-corte-de-verba-das-universidades-federais-e-saiba-como-sao-os-orcamentos-das-10-maiores.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. *31% dos brasileiros passam mais de 1 hora por dia no trânsito, diz pesquisa*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2015/10/1693824-31-dos-brasileiros-passam-mais-de-1-hora-por-dia-no-transito-diz-pesquisa.shtml>> Acesso em: 03/06/2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. *As diferenças entre salário mínimo, piso salarial, salário e remuneração*. Disponível em: <<http://direito.folha.uol.com.br/blog/as-diferenas-entre-salrio-mnimo-piso-salarial-salrio-e-remunerao>> Acesso em: 14/06/2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. *E agora, Brasil? - Transporte Urbano*. Disponível em: <<https://www.ntu.org.br/novo/upload/Publicacao/Pub636679371758568542.pdf>> Acesso em: 04/06/2019.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Entenda as evidências e as versões dos envolvidos em esquema de laranjas do PSL*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/02/entenda-as-evidencias-e-as-versoes-dos-envolvidos-em-esquema-de-laranjas-do-psl.shtml>> Acesso em: 25/05/2019.

FONTENELE, Neila. *Turismo de negócios espera crescer 15% até 2021*. O povo, versão impressa, 2018. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/jornal/colunas/neilafontenele/2018/08/turismo-de-negocios-espera-crescer-15-ate-2021.html>> Acesso em: 02/04/2019.

FREITAS, Antônio. SPINOLA, Ana Tereza. *Uso de hidrovias e cabotagem: racionalidade na logística brasileira*. In: *Tecnologística*. Multilog. 2015. Disponível em: <<http://www.multilog.com.br/noticia/uso-de-hidrovias-e-cabotagem-racionalidade-na-logistica-brasileira>> Acesso em: 16/09/2018.

FRISCHTAK, Claudio. *Os investimentos em infraestrutura em 2017 e projeções para 2018*. *Tecnológica*, artigos, 2018. Disponível em: <<http://www.tecnologistic>

a.com.br/portal/artigos/78165/os-investimentos-em-infraestrutura-em-2017-e-projecoes-para-2018/> Acesso em: 29/04/2019.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA BRASIL. *Quatro dados alarmantes sobre a educação brasileira*. Disponível em: <<http://fundacaotelefonica.org.br/noticias/quatro-dados-alarmantes-sobre-a-educacao-brasileira/>> Acesso em: 17/06/2019.

FURLAN, Flávia. *Hidrovias são mais baratas, mas só levam 1% da produção*. Exame. 2014. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/revista-exame/contra-a-corrente/>> Acesso em: 02/04/2019.

G1. *Anac extingue taxa cobrada em tarifas aeroportuárias que vão para fundo de aviação*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/anac-reajusta-tarifas-de-embarque-em-seis-aeroportos-a-partir-de-janeiro-de-2017.ghtml>> Acesso em: 10/09/2018.

G1. *Após 9 meses, programa de logística só produz resultado no setor portuário*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/03/apos-9-meses-programa-de-logistica-so-produz-resultado-no-setor-portuario.html>> Acesso em: 09/09/2018.

G1. *Atendimento precário mata mais do que a falta de acesso a médicos, diz estudo*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2018/09/06/a-tendimento-precario-mata-mais-do-que-a-falta-de-acesso-a-medicos-diz-estudo.ghtml>> Acesso em: 06/06/2019.

G1. *Bolsonaro defende mudanças na Lei Rouanet e diz que se eleito vai tirar status de ministério da Cultura*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/eleicoes/2018/noticia/2018/09/03/bolsonaro-defende-mudancas-na-lei-rouanet-e-diz-que-se-eleito-vai-tirar-status-de-ministerio-da-cultura.ghtml>> Acesso em: 05/06/2019.

G1. *Brasileiros são os que mais fazem amigos quando viajam diz pesquisa*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2015/05/brasileiros-sao-os-que-mais-fazem-amigos-quando-viajam-diz-pesquisa.html>> Acesso em: 10/06/2018.

G1. *Brasil tem 6,9 milhões de famílias sem casa e 6 milhões de imóveis vazios, diz urbanista*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/brasil-tem-69-milhoes-de-familias-sem-casa-e-6-milhoes-de-imoveis-vazios-diz-urbanista.ghtml>> Acesso em: 27/05/2019.

G1. *Total de turistas no Brasil em 2017 supera anos de Copa e Olimpíada*. Disponível em: <<https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/total-de-turistas-no-brasil-em-2017-supera-anos-de-copa-e-olimpiada.ghtml>> Acesso em: 09/04/2019.

GALILEU. *Maioria dos estados no Brasil não realiza monitoramento da poluição do ar*. Disponível em: <<https://revistagalileu.globo.com/Ciencia/Meio-Ambiente/noticia/2018/11/maioria-dos-estados-no-brasil-nao-realiza-monitoramento-da-poluicao-do-ar.html>> Acesso em: 03/06/2019.

GAVRAS, Douglas. *Déficit habitacional é recorde no país*. O Estado de São Paulo, Economia&Negócios, 2019. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,deficit-habitacional-e-recorde-no-pais,70002669433>> Acesso em: 27/05/2019.

GAZETA DO POVO. *O esgotamento do modelo estatal nos aeroportos*. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/artigos/oesgotamento-do-modelo-estatal-nos-aeroportos-9qg6tm5cd9lxw60l3w6cploa7/>> Acesso em: 06/09/2018.

GIAMBAGI, Fábio. GOSTKORZEWICZ, Joana. PIRES, José Cláudio Linhares. *O cenário macroeconômico e as condições de oferta de energia elétrica no Brasil*. In: Textos para discussão, BNDES/PNUD, Rio de Janeiro, março de 2001. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/14251/2/TD%2085%20-%20O%20cen%C3%A1rio%20macroecon%C3%B4mico%20e%20as%20condi%C3%A7%C3%B5es%20de%20oferta%20de%20energia%20el%C3%A9trica%20no%20Brasil\\_P\\_BD.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/14251/2/TD%2085%20-%20O%20cen%C3%A1rio%20macroecon%C3%B4mico%20e%20as%20condi%C3%A7%C3%B5es%20de%20oferta%20de%20energia%20el%C3%A9trica%20no%20Brasil_P_BD.pdf)> Acesso em: 27/09/2018.

GOMES, Luiz Flavio. *Segurança pública no Brasil gasta 200 bilhões*. JusBrasil, Artigos, 2013. Disponível em: <<https://professorlfg.jusbrasil.com.br/artigos/121932019/seguranca-publica-no-brasil-gasta-200-bilhoes>> Acesso em: 21/06/2019.

GOMES, Rodrigo. *Bolsonaro acaba com departamento de Aids e revolta organizações e ex-ministro da Saúde*. Rede Brasil Atual, Cidadania, Política de Morte, 2019.

Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2019/05/bolsonaro-departamento-aids-revolta-organizacoes/>> Acesso em: 10/06/2019.

GOVERNO DO BRASIL. *Cidades Brasileiras são destaque mundial no turismo de aventura.* Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2018/07/cidades-brasileiras-sao-destaque-mundial-no-turismo-de-aventura>> Acesso em: 22/03/2019.

GOVERNO DO BRASIL. *Estudo do Ipea mostra que 65% da população usam transporte público nas capitais.* Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2011/05/estudo-do-ipea-mostra-que-65-da-populacao-usam-transporte-publico-nas-capitais>> Acesso em: 04/06/2019.

GOVERNO DO BRASIL. *Estudos revelam melhoria na urbanização entre 2000 e 2010.* Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/infraestrutura/2015/10/estudos-revelam-melhoria-na-urbanizacao-entre-2000-e-2010>> Acesso em: 26/04/2019.

GOVERNO DO BRASIL. *Liberação de investimento e linha de crédito estimulam setor de turismo.* Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2018/08/liberacao-de-investimento-e-linha-de-credito-estimulam-setor-de-turismo>> Acesso em: 10/04/2019.

GOVERNO DO BRASIL. *Na última década, transporte aéreo registrou crescimento 3,5 vezes maior do que o PIB.* Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/infraestrutura/2014/06/na-ultima-decada-transporte-aereo-registrou-crescimento-3-5-vezes-maior-do-que-o-pib>> Acesso em: 06/09/2018.

GOVERNO DO BRASIL. *País é o 3º maior mercado de aviação doméstica do mundo.* Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2015/04/pais-e-o-3-maior-mercado-de-aviacao-domestica-do-mundo>> Acesso em: 06/09/2018.

GOVERNO DO BRASIL. *Projetos de saúde e habitação são prioridades, destaca Bolsonaro.* Disponível em: <<http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-o-planalto/noticias/2019/02/projetos-de-saude-e-habitacao-sao-prioridades-destaca-bolsonaro>> Acesso em: 04/06/2019.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. *Dólar pode elevar tarifas de energia elétrica no Brasil*. Disponível em: <<http://www.energia.sp.gov.br/2018/06/dolar-pod-e-elevar-tarifas-de-energia-eletrica-no-brasil/>> Acesso em: 26/09/2018.

GANDELLE, Renato. *Dinheiro de pesquisas científicas brasileiras acaba em julho*. O Globo, Sociedade, 2019. Disponível em: <[https://oglobo.globo.com/sociedade/dinheiro-de-pesquisas-cientificas-brasileiras-acaba-em-julho-23569008?versao=amp&\\_\\_twitter\\_impression=true](https://oglobo.globo.com/sociedade/dinheiro-de-pesquisas-cientificas-brasileiras-acaba-em-julho-23569008?versao=amp&__twitter_impression=true)> Acesso em: 14/05/2019.

GRANT THORNTON. *Infraestrutura: oportunidades e desafios para 2025*. Brainmarket, 2018. Disponível em: <[http://www.brainmarket.com.br/anexos/grantthorntoninfraestrutura\\_07062018\\_2141.pdf](http://www.brainmarket.com.br/anexos/grantthorntoninfraestrutura_07062018_2141.pdf)> Acesso em: 19/01/2019.

GRICLUB. *Brasil: o que os players de infraestrutura projetam para 2018*. Disponível em: <[https://www.griclub.org/news/view/infra/brasil-o-que-players-de-infraestrutura-projetam-para-2018\\_200.html](https://www.griclub.org/news/view/infra/brasil-o-que-players-de-infraestrutura-projetam-para-2018_200.html)> Acesso em: 18/09/2018.

GRICLUB. *PNL vislumbra como será infraestrutura de transportes em 2025*. Disponível em: <[https://www.griclub.org/news/view/infra/pnl-vislumbra-como-sera-infraestrutura-de-transportes-em-2025\\_189.html](https://www.griclub.org/news/view/infra/pnl-vislumbra-como-sera-infraestrutura-de-transportes-em-2025_189.html)> Acesso em: 06/09/2018.

HAMANN, Renan. *Como funciona a fibra óptica [infográfico]*. Tecmundo, Infográfico, 2017. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/infografico/9862-como-funciona-a-fibra-otica-infografico-.htm>> Acesso em: 24/06/2019.

HISTÓRIA DO MUNDO. *O chamado “milagre” econômico*. Disponível em: <<https://historiadomundo.uol.com.br/idade-contemporanea/milagre-economico-brasileiro.htm>> Acesso em: 07/09/2018.

HYPENESS. *Réu por fraude ambiental, ministro do Meio Ambiente é a favor da caça*. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2018/12/reu-por-fraude-ambiental-ministro-do-meio-ambiente-e-a-favor-da-caca/#>> Acesso em: 05/06/2019.

INFOESCOLA. *História do Brasil*. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/historia-do-brasil/>> Acesso em: 07/09/2018.

INFOMONEY. *Sob governo de Bolsonaro, programa Minha Casa Minha Vida vai virar Casa Brasileira*. Disponível em: <<https://www.infomoney.com.br/mercados/p318>>

olitica/noticia/7711861/sob-governo-do-psl-minha-casa-vira-casa-brasileira> Acesso em: 04/06/2019.

INFORMAABC. *Número de estrangeiros dobra no Brasil*. Disponível em: <[http://www.informaabc.com.br/conteudo/id-724231/numero\\_de\\_estudantes\\_estrangeiros\\_dobra\\_no\\_brasil](http://www.informaabc.com.br/conteudo/id-724231/numero_de_estudantes_estrangeiros_dobra_no_brasil)> Acesso em: 03/04/2019.

INFRA2038. *Quem somos*. Disponível em: <<https://www.infra2038.org/>> Acesso em: 12/04/2019.

INFRAESTRUTURA URBANA. *Estudo lista os 100 aeroportos regionais com maior potencial econômico*. Disponível em: <<http://infraestruturaurbana17.pini.com.br/solucoes-tecnicas/44/estudo-lista-os-100-aeroportos-regionais-com-maior-potencial-economico-329920-1.aspx>> Acesso em: 06/09/2018.

INHESTA, Suzana. *Infraestrutura social e urbana soma R\$47 bi em ações do PAC*. Exame, Brasil, 2015. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/infraestrutura-social-e-urbana-soma-r-47-bi-em-acoes-do-pac/>> Acesso em: 26/04/2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA. *Pesquisa Anual de serviços 2015*. Disponível em: <[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/s/150/pas\\_2015\\_v17\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/s/150/pas_2015_v17_informativo.pdf)>. Acesso em: 25/05/2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios: um panorama da saúde no Brasil*. Disponível em: <[http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/pnad\\_panorama\\_saude\\_brasil.pdf](http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/pnad_panorama_saude_brasil.pdf)> Acesso em: 06/06/2019.

INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA. *O Panorama da saúde no Brasil*. Disponível em: <<https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2018/09/O-panorama-da-saude-no-Brasil-CPP.pdf>> Acesso em: 06/06/2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Atlas da violência*. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/>> Acesso em: 21/06/2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Atlas de vulnerabilidade social nos municípios brasileiros*. Disponível em: <[http://ivs.ipea.gov.br/images/publicacoes/lvs/publicacao\\_atlas\\_ivs.pdf](http://ivs.ipea.gov.br/images/publicacoes/lvs/publicacao_atlas_ivs.pdf)> Acesso em: 29/04/2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Atlas de vulnerabilidade social (2011-2015)*. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatoriopesquisa/170823\\_lancamento\\_ivs\\_metodologia\\_e\\_primeiros\\_resultados.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatoriopesquisa/170823_lancamento_ivs_metodologia_e_primeiros_resultados.pdf)> Acesso em: 29/04/2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Infraestrutura social e urbana no Brasil: subsídios para uma agenda de pesquisa e formulação de políticas públicas*. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/42543\\_Livro\\_InfraestruturaSocial\\_vol2.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/42543_Livro_InfraestruturaSocial_vol2.pdf)> Acesso em: 24/04/2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Relatório Brasileiro para a Habitat III*. Disponível em: <<http://habitat3.org/wp-content/uploads/National-Report-LAC-Brazil-Portuguese.pdf>> Acesso em: 27/05/2019.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Relatório com as estimativas da caracterização da ocupação formal e informal do turismo*. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/extrator/arquivos/160204\\_caracterizacao\\_br\\_re.pdf](http://www.ipea.gov.br/extrator/arquivos/160204_caracterizacao_br_re.pdf)> Acesso em: 26/07/2018.

ISTOÉ DINHEIRO. *Sem investimentos pesados, metade das rodovias ficará em má condição de tráfego*. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/sem-investimentos-pesados-metade-das-rodovias-ficara-em-ma-condicao-de-trafego/>> Acesso em: 06/09/2018.

JORNAL DE NEGÓCIOS DO SEBRAE-SP. *Setor de turismo cresce, mas é preciso ter diferenciais para se destacar no mercado*. G1, pequenas empresas & grandes negócios, diversão e turismo, turismo, 2018. Disponível em: <<https://revisatapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Diversao-e-turismo/noticia/2018/08/setor-de-turismo-cresce-mas-e-preciso-ter-diferenciais-para-se-destacar-no-mercado.html>> Acesso em: 09/04/2019.

JUNIOR, José Carlos Ugeda. *Urbanização brasileira, planejamento urbano e planejamento da paisagem*. 2016, 15f. Artigo - Faculdade de Ciência e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.ambiente-augm.ufscar.br/uploads/A2-151.pdf>> Acesso em: 26/04/2019.

KAFRUNI, Simone. *Rede e infraestrutura são os maiores desafios do Brasil*. Correio Braziliense, Tecnologia, 2016. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2016/10/18/interna\\_tecnologia,553694/rede-e-infraestrutura-sao-os-maiores-desafios-do-brasil.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2016/10/18/interna_tecnologia,553694/rede-e-infraestrutura-sao-os-maiores-desafios-do-brasil.shtml)> Acesso em: 21/06/2019.

KRUK, Margaret E. GAGE, Anna D. Joseph, Naima T. DANAEI, Goodarz. SAIZÓ, Sebastián García. SALOMON, Joshua A. *Mortality due to low-quality health systems in the universal health coverage era: a systematic analysis of amenable deaths in 137 countries*. The Lancet, Articles, volume 392, issue 10170, p 2203-2212, 2018. Disponível em: <[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(18\)31668-4/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(18)31668-4/fulltext)> Acesso em: 10/06/2019.

KRUSE, Tulio. *Produção de energia elétrica no Brasil polui cada vez mais*. Estadão, sustentabilidade. 2017. Disponível em: <<https://sustentabilidade.estadao.com.br/noticias/geral,producao-de-energia-eletrica-no-brasil-polui-cada-vez-mais,70002021234>> Acesso em: 19/09/2018.

LEI DA MÍDIA DEMOCRÁTICA. *Os 20 pontos para a democratização da comunicação no Brasil*. Disponível em: <<http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/os-20-pontos/>> Acesso em: 21/06/2019.

LEONARDO ENERGY. *Levantamento realizado pela ANEEL indica que cerca de 1 milhão de brasileiros ainda não possuem acesso à energia*. 2017. Disponível em: <[https://www.leonardo-energy.org.br/noticias/levantamento-realizado-pela-aneel-indica-que-cerca-de-1-milhao-de-brasileiros-ainda-nao-possuem-acesso-a-energia\\_/](https://www.leonardo-energy.org.br/noticias/levantamento-realizado-pela-aneel-indica-que-cerca-de-1-milhao-de-brasileiros-ainda-nao-possuem-acesso-a-energia_/)> Acesso em: 26/09/2018.

LEPRI, Janaína. MATOS, Marconi. *Turismo sustentável consegue acabar com pesca ilegal em rio da Amazônia*. Jornal da Globo, Amazônia, 2018. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2018/01/turismo-sustentavel-consegue-acabar-com-pesca-ilegal-em-rio-da-amazonia.html>> Acesso em: 02/04/2019.

LETRAS AMBIENTAIS. *Cidades sustentáveis: fim dos problemas urbanos do Brasil*. Disponível em: <<https://www.letrasambientais.com.br/posts/cidades-sustentaveis:-fim-dos-problemas-urbanos-do-brasil>> Acesso em: 26/04/2019.

LIMA, Bruno Avellar Alves de. ZANIRATO, Silvia Helena. *Uma revisão histórica da política habitacional brasileira e seus efeitos socioambientais na metrópole paulista*. Pós-graduação em Ciência Política, Unesp, 2014. In: I Seminário Internacional de Pesquisa em Políticas Públicas e Desenvolvimento Social, Franca, 22 a 24 de setembro de 2014. Disponível em: <<https://www.franca.unesp.br/Home/Pos-graduacao/-planejamentoeanalisedepoliticaspublicas/isippedes/bruno-avellar-alves-de-lima-e-silvia-helena-zanirato.pdf>> Acesso em: 26/05/2019.

LOPES, Roseli. *FIESP fala de desafios no transporte hidroviário no Brasil*. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://www.fiesp.com.br/noticias/fiesp-fala-de-desafios-no-transporte-hidroviario-no-brasil/>> Acesso em: 06/09/2018.

LOUREIRO, Gabriela. *5 razões por trás da crise de segurança pública no Brasil*. BBC, News, Brasil, 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-38909715>> Acesso em: 21/06/2019.

LYONS, Jennie. *Economic impact of US commercial, recreational fishing remains strong*. National Oceanic and Atmospheric Administration, new&features, 2018. Disponível em: <<https://www.noaa.gov/media-release/economic-impact-of-us-commercial-recreational-fishing-remains-strong>> Acesso em: 02/04/2019.

MAIA, Gustavo. SOARES, Jussara. VENTURA, Manoel. *Bolsonaro credita ao seu governo sucesso em leilão de energia realizado por Temer*. O Globo, Economia, 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/bolsonaro-credita-ao-seu-governo-sucesso-em-leilao-de-energia-realizado-por-temer-23549326>> Acesso em: 14/05/2019.

MARCHESI, Roberta. *O governo Bolsonaro e a mobilidade urbana*. Gazeta do Povo, Opinião, Artigos, 2019. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/opiniao/artigos/o-governo-bolsonaro-e-a-mobilidade-urbana-8v2g8mj51v13s4ttmz2yfofo5/>> Acesso em: 04/06/2019.

MARINHA DO BRASIL. *Sem planos para hidrovias e ferrovias*. Disponível em: <<http://www.marinha.mil.br/sinopse/sem-planos-para-hidrovias-e-ferrovias>> Acesso em: 11/09/2018.

MARTELLO, Alexandre. *Decreto bloqueia R\$5,8 bi em Educação, R\$5,1 bi na Defesa e R\$2,9 bi em emendas parlamentares*. G1, Economia, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/03/29/decreto-bloqueia-r-58-bi-em-educacao-r-51-bi-na-defesa-e-r-29-bi-em-emendas.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

MARTELLO, Alexandre. *Governo reduz para 1,6% previsão de alta do PIB em 2019 e libera R\$ 1,58 bilhão para o MEC*. G1, Economia, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/22/governo-reduz-para-16percent-previsao-de-alta-do-pib-em-2019-mas-eleva-gastos-do-mec-em-r-158-bilhao.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

MARTELLO, Alexandre. *Mercado vê inflação mais alta e reduz estimativa de crescimento do PIB para 1,24% em 2019*. G1, Economia, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/05/20/mercado-ve-inflacao-mais-alta-reduz-estimativa-de-crescimento-do-pib-para-124percent-em-2019.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

MATIAS, Marilene. *Turismo: o ensino de graduação no Brasil*. In: Turismo & Sociedade. Curitiba, volume 5, número 1, p. 58-81, abril de 2012. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/26581>> Acesso em: 05/06/2018.

MATOS, Patrícia de Oliveira. FINGOLO, Julie Maryne. SCHNEIDER, Raphael Augusto. *Orçamento público e defesa nacional: uma análise do orçamento de defesa brasileiro no período de 2000 a 2016*. In: Revista Escola Guerra Naval, vol. 23 nº 1, p. 211-238, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<https://revista.egn.mar.mil.br/index.php/revistadaegn/article/download/551/457>> Acesso em: 21/06/2019.

MATTOSO, Camila. BRAGON, Rainer. *Coaf aponta operações bancárias suspeitas de ministro do Turismo*. Folha de São Paulo, Poder, 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/coaf-aponta-operacoes-bancarias-suspeitas-de-ministro-do-turismo.shtml>> Acesso em: 25/05/2019.

MATTOSO, Camila. BRAGON, Rainer. *Contador envolve irmão de ministro do Turismo em esquema de laranjas*. Folha de São Paulo, Poder, 2019. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/contador-envolve-irmao-de-ministro-do-turismo-em-esquema-de-laranjas.shtml>> Acesso em: 25/05/2019.

MAZUI, Guilherme. *Temer assina decreto que prorroga programa Luz Para Todos até 2022*. G1, política. 2018. Disponível em: <[https://g1.globo.com/politica/noticia\\_/temer-assina-decreto-que-prorroga-programa-luz-para-todos-ate-2022.ghtml](https://g1.globo.com/politica/noticia_/temer-assina-decreto-que-prorroga-programa-luz-para-todos-ate-2022.ghtml)> Acesso em: 22/09/2018.

MELO, Luísa. *Mercado livre já responde por 30% da energia consumida no Brasil; entenda como funciona*. G1, Economia, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/08/14/mercado-livre-ja-responde-por-30-da-energia-consumida-no-brasil-entenda-como-funciona.ghtml>> Acesso em: 14/05/2019.

MENDES, Áquilas. *A longa batalha pelo financiamento do SUS*. Scielo, Saúde e Sociedade, vol. 22, nº 4, São Paulo, 2013. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-12902013000400002](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902013000400002)> Acesso em: 10/06/2019.

MENDES, Marcos. *A Despesa Federal em Educação: 2004-2014*. Senado Federal, Boletim Legislativo nº 26, 2015. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/boletins-legislativos/bol26>> Acesso em: 14/06/2019.

MENEGUEL, Yvonete Pedra. *O rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava*. Artigo de conclusão do Programa de Desenvolvimento Educacional de História da Universidade Estadual do Centro-Oeste, 1ª edição, sem data. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>> Acesso em: 23/06/2019.

MERELES, Carla. *Luz para todos: você conhece esse programa social?* Politize! 2017. Disponível em: <<http://www.politize.com.br/luz-para-todos-programa-social/>> Acesso em: 22/09/2018.

MESQUITA, Renata Valério de. *Governo Bolsonaro traz incerteza sobre meio ambiente*. Disponível em: <<https://www.revistaplaneta.com.br/governo-bolsonaro-traz-incerteza-sobre-meio-ambiente/>> Acesso em: 05/06/2019.

MIND MINDERS. *Estudo Original Turismo: relatório de resultados de pesquisa*. 2017. Disponível em: <[https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms/files/18283/1501594149Relatorio\\_MindMiners\\_Turismo.pdf](https://rdstation-static.s3.amazonaws.com/cms/files/18283/1501594149Relatorio_MindMiners_Turismo.pdf)> Acesso em: 20/01/2019.

MINELLI, Lisia. *Brasil está na rota do crescimento do turismo em 2019, diz ministro*. Mercado&Eventos, política, 2019. Disponível em: <[https://www.mercadoeventos.com.br/\\_destaque\\_/slideshow/brasil-esta-na-rota-do-crescimento-do-turismo-em-2019-diz-ministro/](https://www.mercadoeventos.com.br/_destaque_/slideshow/brasil-esta-na-rota-do-crescimento-do-turismo-em-2019-diz-ministro/)> Acesso em: 09/04/2019.

MINISTÉRIO DA FAZENDA. *Infraestrutura no Brasil: projetos, financiamento e oportunidades*. 2013. Disponível em: <[http://www.fazenda.gov.br/centrais-de-conteudos/publicacoes/publicacoes-descontinuadas/infraestrutura-no-brasil/road\\_show\\_infraestrutura\\_no\\_brasil\\_2013.pdf](http://www.fazenda.gov.br/centrais-de-conteudos/publicacoes/publicacoes-descontinuadas/infraestrutura-no-brasil/road_show_infraestrutura_no_brasil_2013.pdf)> Acesso em: 14/01/2019.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E DO COMÉRCIO. *Atlas Nacional de Comércio e Serviços de 2017*. Disponível em: <[http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl\\_1414414334.pdf](http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1414414334.pdf)> Acesso em 25/05/2018.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. *Relação Nacional de Medicamentos Essenciais 2017*. Disponível em: <[http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/relacao\\_nacional\\_medicamentos\\_rename\\_2017.pdf](http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/relacao_nacional_medicamentos_rename_2017.pdf)> Acesso em: 10/06/2019.

MINISTÉRIO DAS CIDADES. *Panorama do Saneamento Básico no Brasil: Análise situacional do déficit em saneamento básico*. Disponível em: <[http://www.cidades.gov.br/images/stories/ArquivosSNSA/PlanSaB/panorama/vol\\_02\\_miolo.pdf](http://www.cidades.gov.br/images/stories/ArquivosSNSA/PlanSaB/panorama/vol_02_miolo.pdf)> Acesso em: 13/05/2019.

MINISTÉRIO DAS CIDADES. *Plano Nacional de Saneamento Básico*. Disponível em: <[http://www.cecol.fsp.usp.br/dcms/uploads/arquivos/1446465969\\_Brasil-PlanoNacionalDeSaneamentoB%C3%A1sico-2013.pdf](http://www.cecol.fsp.usp.br/dcms/uploads/arquivos/1446465969_Brasil-PlanoNacionalDeSaneamentoB%C3%A1sico-2013.pdf)> Acesso em: 14/05/2019.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. *MEC propõe pacto nacional para o debate e a elaboração de leis*. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/36419-sistema-nacional-de-educacao>> Acesso em: 17/06/2019.

MINISTÉRIO DE MINAS E ENERGIA. *Anuário Estatístico de Energia Elétrica 2017*. Disponível em: <<http://www.epe.gov.br/sites-pt/publicacoes-dados-abertos/publicacoes/PublicacoesArquivos/publicacao-160/topico-168/Anuario2017vf.pdf>> Acesso em: 17/09/2018.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. *MMA e Transportes lançam programa de regularização ambiental de rodovias*. Disponível em: <[http://www.mma.gov.br/informma/item/2207-mma-e-transportes-lancam-programa-de-regularizacao-ambienta\\_l-de-rodovias.html](http://www.mma.gov.br/informma/item/2207-mma-e-transportes-lancam-programa-de-regularizacao-ambienta_l-de-rodovias.html)> Acesso em: 09/09/2018.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO. *Demanda por eletricidade no Brasil vai triplicar até 2050*. Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/noticia/13554306>> Acesso em: 26/09/2018.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO. *Plano de Aviação Regional*. Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/i/ce085a72>> Acesso em: 10/09/2018.

MINISTÉRIO DO PLANEJAMENTO, DESENVOLVIMENTO E GESTÃO. *Projeto Piloto de Investimentos vai priorizar portos em 2006*. Disponível em: <<http://www.planejamento.gov.br/assuntos/planejamento-e-investimentos/noticias/projeto-piloto-de-investimentos-vai-priorizar>> Acesso em: 09/09/2018.

MINISTÉRIOS DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Ações e Programas*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/acoes-e-programas.html>> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIOS DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Anexos Aeroviários PNLT*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/conteudo/2817-anexos-aeroviarios-pnlt.html>> Acesso em: 07/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Anuário estatístico de transportes 2010-2016*. Disponível em: <[http://www.transportes.gov.br/images/2017/Sum%C3%A1rio\\_Executivo\\_AET\\_-\\_2010\\_-\\_2016.pdf](http://www.transportes.gov.br/images/2017/Sum%C3%A1rio_Executivo_AET_-_2010_-_2016.pdf)> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Balanço 2012*. Disponível em: <[http://www.transportes.gov.br/images/2016/04/Transportes2012\\_Versao\\_WEB.pdf](http://www.transportes.gov.br/images/2016/04/Transportes2012_Versao_WEB.pdf)> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Base de dados georreferenciada*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/conteudo/2821-base-de-dados-georreferenciada.html>> Acesso em: 07/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Bem-vindo ao futuro da aviação*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/aviacaoem20anos.html>> Acesso em: 10/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Caderno Transportes divulga balanço de investimentos e obras realizados em 2017*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/ultimas-noticias/6874-caderno-transportes-divulga-balan%C3%A7o-de-investimentos-e-obras-realizados-em-2017.html>> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Conjuntura do setor aéreo: julho 2018*. Disponível em: <<https://horus.labtrans.ufsc.br/generencial/#Conjuntura>> Acesso em: 06/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Convênios PROFAA*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/aviacaoregional/52-sistema-de-transportes/6501-conv%C3%AAnios-profaa.html>> Acesso em: 11/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Pesquisa realizada avalia 20 aeroportos brasileiros; cinco, pela primeira vez*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/ultimas-noticias/6694-pesquisa-realizada-avalia-20-aeroportos-brasileiros-cinco,-pela-primeira-vez.html>> Acesso em: 06/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *PNLT - Plano Nacional de Logística e Transportes*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/conteudo/2814-pnlt-plano-nacional-de-logistica-e-transportes.html>> Acesso em 07/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Projeto de reavaliação de estimativas e metas do PNL T*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/images/2014/11/PNL T/2011.pdf>> Acesso em: 07/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Relatório PNLT 2009*. Disponível em: <<http://www.youblisher.com/p/248996-RELATORIO-PNLT-2009/>> Acesso em: 07/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Sistema de Informações de Planejamento Regional de Transportes*. Disponível em: <<http://www.transportes.gov.br/conteudo/2816-sistema-de-informacoes-de-planejamento-regional-de-transportes.html>> Acesso em: 07/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Transportes 2013*. Disponível em: <[http://www.transportes.gov.br/images/2016/04/Transportes2013Versao\\_WEB.pdf](http://www.transportes.gov.br/images/2016/04/Transportes2013Versao_WEB.pdf)> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Transportes 2014*. Disponível em: <[http://www.transportes.gov.br/images/2016/04/Transportes2014Versao\\_WEB.pdf](http://www.transportes.gov.br/images/2016/04/Transportes2014Versao_WEB.pdf)> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Transportes 2015*. Disponível em: <[http://www.transportes.gov.br/images/2016/05/Transportes2015Versao\\_Web.pdf](http://www.transportes.gov.br/images/2016/05/Transportes2015Versao_Web.pdf)> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES, PORTOS E AVIAÇÃO CIVIL. *Transportes 2016*. Disponível em: <[http://www.transportes.gov.br/images/2017/Transportes\\_2016\\_vers%C3%A3o\\_final.pdf](http://www.transportes.gov.br/images/2017/Transportes_2016_vers%C3%A3o_final.pdf)> Acesso em: 16/09/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *A Discussão de turismo na Organização Mundial do Comércio*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/A\\_DISCUSSxO\\_DE\\_TURISMO\\_NA\\_ORGANIZAxO\\_MUNDIAL\\_DO\\_COMxRCIO.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/A_DISCUSSxO_DE_TURISMO_NA_ORGANIZAxO_MUNDIAL_DO_COMxRCIO.pdf)> Acesso em: 01/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Brasil+Turismo: mais emprego e renda para o país*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/images/Apresentacao\\_brasil\\_mais\\_turismo.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/Apresentacao_brasil_mais_turismo.pdf)> Acesso em: 23/05/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Cartilha Parlamentar 2017*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/images/pdf/cartilha\\_parlamentar\\_2017\\_web](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/cartilha_parlamentar_2017_web)> Acesso em: 05/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Classes C e D, um novo mercado para o turismo brasileiro*. 2004. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Classes\\_C\\_D\\_novo\\_mercado.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Classes_C_D_novo_mercado.pdf)> Acesso em: 20/01/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Código de ética do Turismo*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/PREVIEW\\_MTUR\\_Codigo\\_de\\_Etica\\_Turismo\\_120\\_210mm\\_Portugues.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/PREVIEW_MTUR_Codigo_de_Etica_Turismo_120_210mm_Portugues.pdf)> Acesso em: 05/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Ecoturismo: orientações básicas*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Ecoturismo\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Ecoturismo_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 21/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Estatística Básica de Turismo 2016*. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores/estat%C3%ADsticas-b%C3%A1sicas-de-turismo.html>> Acesso em: 14/05/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Estudos da competitividade do turismo brasileiro*. Disponível em: <<http://www3.eco.unicamp.br/Neit/images/stories/INFRAESTRUTURA.pdf>> Acesso em: 04/09/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Governo Federal anuncia o Brasil+Turismo, pacote de medidas para desenvolver o setor no país*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7691-governo-federal-anuncia-o-brasil-turismo,-pacote-de-medidas-para-desenvolver-o-setor-no-pa%C3%ADs.html>> Acesso em: 23/05/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Governo Federal vai investir mais de R\$700 milhões em infraestrutura turística*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8287-governo-federal-vai-investir-mais-de-r\\$-700-mil-h%C3%B5es-em-infraestrutura-tur%C3%ADstica.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8287-governo-federal-vai-investir-mais-de-r$-700-mil-h%C3%B5es-em-infraestrutura-tur%C3%ADstica.html)> Acesso em: 23/05/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Índice de competitividade do turismo nacional*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/indice\\_Brasil\\_2014\\_2.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/indice_Brasil_2014_2.pdf)> Acesso em 10/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Infraestrutura atrai turistas e movimenta a economia*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/1522-infraestrutura-atra-i-turistas-e-movimenta-a-economia.html>> Acesso em: 03/09/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Ministro entrega ao presidente Bolsonaro propostas para impulsionar o setor*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BA%ltimas-not%C3%ADcias/12435-ministro-entrega-ao-presidente-bolsonaro-propostas-para-impulsionar-setor.html>> Acesso em: 25/05/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Novo Prodetur disponibiliza R\$5 bi para o setor*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BA%ltimas-not%C3%ADcias/11112-novo-prodetur-disponibiliza-r-5-bi-para-o-setor-3.html>> Acesso em: 25/05/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *O mercado de trabalho na área de turismo*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/O\\_MERCADO\\_DE\\_TRABALHO\\_NA\\_xREA\\_DE\\_TURISMO.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/O_MERCADO_DE_TRABALHO_NA_xREA_DE_TURISMO.pdf)> Acesso em: 01/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Orçamento do Fungetur cresce 285% em 2019*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BA%ltimas-not%C3%ADcias/11910-or%C3%A7amento-do-fungetur-cresce-285-em-2019.html>> Acesso em: 25/05/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano de Marketing Experiências do Brasil 2014-2018*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas\\_noticias/galeria\\_noticias/PlanodeMarketingExperixnciasdoBrasil.PDF](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/galeria_noticias/PlanodeMarketingExperixnciasdoBrasil.PDF)> Acesso em: 01/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Diretor de Tecnologia da Informação e Comunicações 2017-2018*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/images/PDTICMTur2017\\_18.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/PDTICMTur2017_18.pdf)> Acesso em: 05/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2003-2007*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/plano\\_nacional\\_turismo\\_2003\\_2007.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/plano_nacional_turismo_2003_2007.pdf)> Acesso em: 17/09/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Segmentação do Turismo e o Mercado*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 20/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Serviços de Turismo no Brasil: Agências e operadoras*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/SERVIXOS\\_DE\\_TURISMO\\_NO\\_BRASIL\\_AGxNCIAS\\_E\\_OPERADORAS.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/SERVIXOS_DE_TURISMO_NO_BRASIL_AGxNCIAS_E_OPERADORAS.pdf)> Acesso em: 25/05/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Tecnologia da Informação Aplicada ao Turismo*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/TECNOLOGIA\\_DA\\_INFORMAxO\\_APLICADA\\_AO\\_TURISMO.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/TECNOLOGIA_DA_INFORMAxO_APLICADA_AO_TURISMO.pdf)> Acesso em: 03/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo abre cadastro para obras de infraestrutura e eventos*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/10638-turismo-abre-cadastro-para-obras-de-infraestrutura-e-eventos.html>> Acesso em: 03/09/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo Cultural: orientações básicas*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Cultural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 21/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo de Aventura: orientações básicas*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Aventura\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Aventura_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 22/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo de Estudos e Intercâmbio: orientações básicas*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Estudos\\_e\\_Intercxmbio\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Estudos_e_Intercxmbio_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 03/04/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo de Negócios & Eventos*: orientações básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Negxcios\\_e\\_Eventos\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Negxcios_e_Eventos_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 02/04/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo de Saúde*: orientações básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Saxde\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Saxde_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 22/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo de Sol e Praia*: orientações básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Sol\\_e\\_Praia\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Sol_e_Praia_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 23/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo de Pesca*: orientações básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Pesca\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Pesca_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 02/04/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo e a Dimensão Ambiental*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/TURISMO\\_E\\_A\\_DIMENSxO\\_AMBIENTAL.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/TURISMO_E_A_DIMENSxO_AMBIENTAL.pdf)> Acesso em: 04/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo e Sustentabilidade*. Disponível em: <[http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros\\_brasil/turismo\\_e\\_sustentabilidade.pdf](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/turismo_e_sustentabilidade.pdf)> Acesso em 05/06/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo lança nova linha de crédito com R\$ 450 milhões para obras e equipamentos*. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8341-minist%C3%A9rio-do-turismo-lan%C3%A7a-nova-linha-de-cr%C3%A9dito-com-r\\$-450-milh%C3%B5es-para-obras-e-compra-de-equipamentos-para-o-setor.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/8341-minist%C3%A9rio-do-turismo-lan%C3%A7a-nova-linha-de-cr%C3%A9dito-com-r$-450-milh%C3%B5es-para-obras-e-compra-de-equipamentos-para-o-setor.html)> Acesso em: 10/04/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo Náutico*: orientações básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Nxutico\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Nxutico_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 03/04/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo Rural*: orientações básicas. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_Rural\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Rural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 29/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo Social*: diálogos do turismo, uma viagem de inclusão. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Dixlogos\\_do\\_Turismo\\_uma\\_viagem\\_de\\_inclusxo.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Dixlogos_do_Turismo_uma_viagem_de_inclusxo.pdf)> Acesso em: 27/03/2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Turismo terá mais de R\$243 milhões para investimentos em 2018*. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12183-turismo-ter%C3%A1-mais-r%-243-milh%C3%B5es-para-investimentos-em-2018.html>> Acesso em: 22/05/2019.

MOBUSS CONSTRUÇÃO. *Infraestrutura urbana*: como a construção civil auxilia no desenvolvimento das cidades. Disponível em: <<https://www.mobussconstrucao.com.br/blog/infraestrutura-urbana/>> Acesso em: 13/04/2019.

MOÇO, Anderson. *Balanço do Plano Nacional de Educação (PNE) 2001-2010*. Nova Escola, Notícias, 2010. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/2901/balanco-do-plano-nacional-de-educacao-pne-2001-2010>> Acesso em: 14/06/2019.

MORAIS, Gabriel. SOBREIRA, Diogo. LIMA, João Eustáquio de. *Padrão e determinantes da infraestrutura urbana das microrregiões brasileiras*. In: Geosul, v.33, n. 66, Florinópolis, jan/abr 2018, p.262-291. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/viewFile/2177-5230.2018v33n66p262/36060>> Acesso em: 26/04/2019.

MORAIS, Luciano Cardoso. *Estudo sobre o panorama da energia elétrica no Brasil e tendências futuras*. Programa de pós-graduação em energia elétrica da Faculdade de Engenharia da Universidade do Estado de São Paulo (UNESP), Bauru, 2015, 128p. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/132645/000852309.pdf?sequence=1>> Acesso em: 26/09/2018.

MOREIRA, Marli. *Um em cada quatro brasileiros usa o ônibus como principal meio de transporte*. Agência Brasil, Geral, 2015. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2015-10/um-em-cada-quatro-brasileiros-usa-o-onibus-como-principal-meio-de-transporte>> Acesso em: 04/06/2019.

MORENO, Ana Carolina. *Constituição prevê que ensino básico é prioridade de estados e municípios; entenda os gastos com educação*. G1, Educação, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/05/03/constituicao-preve-que-ensino-basico-e-prioridade-de-estados-e-municipios-entenda-os-gastos-com-educacao.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

NEXO. *Por que no Brasil há menos ferrovias que transportam passageiros do que na Europa*. Disponível em: <[https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/12/31/\\_Por-que-no-Brasil-h%C3%A1-menos-ferrovias-que-transportam-passageiros-do-que-na-Europa](https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/12/31/_Por-que-no-Brasil-h%C3%A1-menos-ferrovias-que-transportam-passageiros-do-que-na-Europa)> Acesso em: 12/09/2018.

NOGUEIRA, Ana Lucia. *Saneamento básico e infraestrutura*. O Estado de São Paulo, política, 2012. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,saneamento-basico-e-infraestrutura-imp-,927594>> Acesso em: 13/04/2019.

NOTÍCIAS AGRÍCOLAS. *Brasil desperdiça potencial hidroviário, 20 vezes mais barato que o transporte por rodovias*. Disponível em: <<https://www.noticiasagricolas.com.br/noticias/agronegocio/38482-brasil-desperdica-potencial-hidroviario--20-vezes-mais-barato-que-o-transporte-por-rodovias.html#.W52bLOhKjIV>> Acesso em: 16/09/2018.

NOTÍCIAS AGRÍCOLAS. *Consumo de energia elétrica no Brasil sobe 1,2% em dezembro; Caminhões crescerão de 10% a 20%*. Disponível em: <[https://www.noticiasagricolas.com.br/noticias/politica-economia/205508-consumo-de-energia-eletrica\\_a-](https://www.noticiasagricolas.com.br/noticias/politica-economia/205508-consumo-de-energia-eletrica_a-)

no-brasil-sobe-12-em-dezembro-caminhoes-crescero-de-10-a-20.html#.W6EL3ehKjIU> Acesso em: 26/09/2018.

OBEMDITO. *Investimentos em aeroportos regionais chegam a R\$ 38 milhões*. Disponível em: <<http://www.obemdito.com.br/noticias-umarama/investimentos-em-aeroportos-regionais-chegam-a-r-38-milhoes/12896/>> Acesso em: 06/09/2018.

OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. *Conselheiro da Anatel afirma que universalização ocorreu pela ampliação da telefonia fixa*. Disponível em: <<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=21634>> Acesso em: 23/06/2019.

OBSERVATÓRIO DO DIREITO À COMUNICAÇÃO. *Desigualdades refletem no acesso aos meios de comunicação*. Disponível em: <<http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=19480>> Acesso em: 23/06/2019.

O DEBATE. *Crise econômica faz brasileiro andar mais a pé*. Disponível em: <<https://www.odebate.com.br/mundo-empresarial/crise-faz-brasileiro-andar-mais-a-pe-16-10-2017.html>> Acesso em: 04/06/2019.

O DIA. *Os problemas da malha ferroviária brasileira*. Disponível em: <<https://odia.ig.com.br/brasil/2018/06/5545588-como-o-brasil-perdeu-o-trem-da-historia.html>> Acesso em: 12/09/2018

O ECO. *Entenda o que é REDD*. Disponível em: <<https://www.oeco.org.br/dicionario-ambiental/27940-entenda-o-que-e-redd/>> Acesso em: 13/04/2019.

OLIVEIRA, Elida. *Plano Nacional de Educação está com 80% das metas estagnadas, diz estudo*. G1, Educação, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/05/27/plano-nacional-de-educacao-esta-com-80porcento-das-metas-estagnadas-diz-estudo.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

OLIVEIRA, Kelly. PONTES, Felipe. *Governo anuncia medidas para aumentar investimentos em infraestrutura*. Agência Brasil, Economia, 2017. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-07/governo-anuncia-medidas-para-aumentar-investimentos-em-infraestrutura>> Acesso em: 26/04/2019.

OLIVEIRA, Wallace. *“Não foi a privatização que ampliou acesso à telefonia, foi a tecnologia”*. Brasil de Fato, Minas Gerais, Economia, 2019. Disponível em:

<<https://www.brasildefato.com.br/2019/03/07/nao-foi-a-privatizacao-que-ampliou-acesso-a-telefonica-foi-a-tecnologia/>> Acesso em: 23/06/2019.

ORÇAMENTO FEDERAL. *Orçamentos anuais*. Disponível em: <[http://www.orcamentofederal.gov.br/clientes/portalsof/portalsof/orcamentos-anuais/orcamento-2011/orcamentos\\_anuais\\_view?anoOrc=2011](http://www.orcamentofederal.gov.br/clientes/portalsof/portalsof/orcamentos-anuais/orcamento-2011/orcamentos_anuais_view?anoOrc=2011)> Acesso em: 22/05/2019.

OTTA, Lu Aiko. *Entenda como o governo tentará ajudar prefeitos com projeto de mobilidade*. Poder 360, 2019. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/infraestrutura-e-mobilidade/entenda-como-a-uniao-tentara-ajudar-prefeitos-com-projetos-de-mobilidade/>> Acesso em: 04/06/2019.

OTTA, Lu Aiko. *Governo mira iniciativa privada para destravar obras de mobilidade urbana*. Poder 360, 2019. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/infraestrutura-e-mobilidade/governo-mira-iniciativa-privada-para-destravar-obras-de-mobilidade-urbana/>> Acesso em: 04/06/2019.

OUTRAS MÍDIAS. *O novo panorama dos aeroportos*. Disponível em: <<https://outraspalavras.net/outrasmidias/uncategorized/volta-das-privatizacoes/>> Acesso em: 06/09/2018.

PACIEVITCH, Thais. *Lei de Diretrizes e Bases da Educação*. Infoescola – navegando e aprendendo, Conteúdo, Educação, sem data. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/educacao/lei-de-diretrizes-e-bases-da-educacao/>> Acesso em: 14/06/2019.

PADILHA, Alexandre. *Governo Bolsonaro é cruel com a saúde do povo brasileiro*. Forum, 2019. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/governo-bolsonaro-e-cruel-com-a-saude-do-povo-brasileiro/>> Acesso em: 10/06/2019.

PAMPLONA, Nicola. *Brasil é aposta número um do mercado mundial de energia elétrica, diz presidente da Engie*. Folha de São Paulo, mercado. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/05/brasil-e-aposta-numero-um-do-mercado-mundial-de-energia-eletrica-diz-presidente-da-engie.shtml>> Acesso em: 27/09/2018.

PANROTAS. *Demanda aérea doméstica cresceu 5,7% em fevereiro*. Disponível em: <[https://www.panrotas.com.br/aviacao/pesquisas-e-estatisticas/2018/03/demanda-de-mercado-domestico-cresce-57-em-fevereiro\\_154216.html](https://www.panrotas.com.br/aviacao/pesquisas-e-estatisticas/2018/03/demanda-de-mercado-domestico-cresce-57-em-fevereiro_154216.html)> Acesso em: 06/09/2018.

PARTIDO DOS TRABALHADORES. *Meta fiscal de Bolsonaro vai aumentar desemprego e crise econômica*. Disponível em: <<https://pt.org.br/meta-fiscal-de-bolsonaro-vai-aumentar-desemprego-e-crise-economica/>> Acesso em: 17/06/2019.

PÉ NA ESTRADA. *Tarifas de pedágio sofrem aumento de até 70% acima da inflação*. Disponível em: <<http://www.penaestrada.com.br/tarifas-de-pedagio-sofrem-aumento-de-ate-70-acima-da-inflacao/>> Acesso em: 05/09/2018.

PENA, Rodolfo. *Fontes de energia do Brasil*. Mundo educação, geografia humana do Brasil. Disponível em: <<https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/fontes-energia-brasil.htm>> Acesso em: 08/09/2018.

PEREIRA, Alexandre. PUGA, Fernando Pimentel. *Infraestrutura no Brasil: ajustando o foco*. Biblioteca do Banco Nacional para o Desenvolvimento Econômico e Social. 2016. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/9914/1/TD\\_Infraestrutura\\_\\_2016.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/9914/1/TD_Infraestrutura__2016.pdf)> Acesso em: 19/01/2019.

PESQUISA FAPESP. *Novo satélite para o sistema de comunicação do Brasil é lançado ao espaço*. Disponível em: <<https://revistapesquisa.fapesp.br/2017/05/23/novo-satelite-para-o-sistema-de-comunicacao-do-brasil-e-lancado-ao-espaco/>> Acesso em: 24/06/2019.

PIERRY, Flávia. *'Guru' de Bolsonaro para o setor de energia defende reforma no preço da gasolina*. Gazeta do Povo, Política, República, Eleições 2018, Propostas, 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/guru-de-bolsonaro-para-o-setor-de-energia-defende-reforma-no-preco-da-gasolina-04d14fh1sedr3nj6j43p6j7uu/>> Acesso em: 14/05/2019.

PINTO, José Marcelino de Resende. *Financiamento da educação no Brasil: um balanço do governo FHC (1995-2002)*. Scielo, Educação&Sociedade, vol. 23, nº 80, 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-73302002008000008](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302002008000008)> Acesso em: 14/06/2019.

POLITIZE!. *Linha do tempo: a história da saúde pública no Brasil*. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/direito-a-saude-historia-da-saude-publica-no-brasil/>> Acesso em: 05/06/2019.

POLITIZE! *Programas do SUS: algumas iniciativas do Governo Federal*. Disponível em: <[https://www.politize.com.br/programas-do-sus-algumas-iniciativas-do-govern o-federal/](https://www.politize.com.br/programas-do-sus-algumas-iniciativas-do-govern-o-federal/)> Acesso em: 05/06/2019.

POLITIZE!. *Saúde pública e as bases de funcionamento do SUS*. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/saude-publica-e-como-funciona-o-sus/>> Acesso em: 05/06/2019.

POLITIZE!. *Saúde pública: um panorama do Brasil*. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/panorama-da-saude/>> Acesso em: 05/06/2019.

POLITIZE! *Segurança pública brasileira: responsáveis, números e desafios*. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/seguranca-publica-brasileira-entenda/>> Acesso em: 21/06/2019.

POMPERMAYER, Fabiano Mezadre. NETO, Carlos Álvares da Silva Campos. DE PAULA, Jean Marlo Pepino. *Hidrovias no Brasil: perspectiva histórica, custos e institucionalidade*. IPEA. 2014. Disponível em: <[http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2714/1/TD\\_1931.pdf](http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2714/1/TD_1931.pdf)> Acesso em: 16/09/2018.

PORTAL BRASIL. *Brasileiro pretende viajar mais nos próximos seis meses*. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/editoria/turismo/2017/03/brasileiro-pretende-viajar-mais-nos-proximos-seis-meses>> Acesso em: 10/0/2018.

PORTAL BRASIL. *Embratur se prepara para cinquentenário em ano de olimpíada*. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/editoria/turismo/2015/11/embratur-se-prepara-para-cinquentenario-em-ano-de-olimpiada>> Acesso em: 10/06/2018.

PORTAL SAÚDE BUSINESS. *Como está o turismo de saúde no Brasil?* Disponível em: <<https://saudebusiness.com/mercado/como-esta-o-turismo-de-saude-no-brasil/>> Acesso em: 22/03/2019.

PORTAL T5. *Acesso à internet chega a 70% dos brasileiros, diz IBGE*. Disponível em: <<https://www.portalt5.com.br/noticias/brasil/2018/12/170181-acesso-a-internet-chega-a-70-dos-brasileiros-diz-ibge>> Acesso em: 24/06/2019.

PRADO, Camilo. *O que são os serviços sociais autônomos?* Camilo Prado Administração Pública, Direito, 2017. Disponível em: <<https://camiloprado.com/2017/09/04/o-que-sao-os-servicos-sociais-autonomos/>> Acesso em: 23/05/2019.

PRIZIBISCZKI, Cristiane. *Novo alerta sobre impacto da poluição do ar na saúde é divulgado, mas Brasil não escuta*. O Eco, Notícias, 2019. Disponível em: <<https://www.oeco.org.br/reportagens/novo-alerta-sobre-impacto-da-poluicao-do-ar-na-saude-e-divulgado-mas-brasil-nao-escuta/>> Acesso em: 03/06/2019.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. *O índice de desenvolvimento humano municipal brasileiro*. Série Atlas do Desenvolvimento Humano Brasileiro, 2013. Disponível em: <[http://www.atlasbrasil.org.br/2013/data/rawData/publicacao\\_atlas\\_municipal\\_pt.pdf](http://www.atlasbrasil.org.br/2013/data/rawData/publicacao_atlas_municipal_pt.pdf)> Acesso em: 14/01/2019.

PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO. *Balanço 4 anos: 2007-2010*. Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/pub/up/relatorio/b701c4f108d61bf921012944fb273e36.pdf>> Acesso em: 16/09/2018.

PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO. *Balanço 4 anos: 2011-2015*. Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/pub/up/relatorio/f9d3db229b483b35923b338906b022ce.pdf>> Acesso em: 16/09/2018.

PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO. *7º Balanço: 2015-2018*. Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/pub/up/relatorio/37855886e9418dce3f9baf3128444233.pdf>> Acesso em: 06/09/2018.

PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO. *Saneamento teve quase R\$30 bilhões em investimentos entre 2011 e 2013*. Disponível em: <<http://www.pac.gov.br/noticia/5a7e2fc8>> Acesso em: 29/04/2019.

R7. *Apesar de R\$ 200 bilhões para obras, infraestrutura vai piorar no Brasil*. Disponível em: <<https://noticias.r7.com/economia/apesar-de-r-200-bilhoes-para-obras-infraestrutura-vai-piorar-no-brasil-21062018>> Acesso em: 06/09/2018.

R7. *Investimento público cresceu 145% durante governo Lula, segundo Ipea*. Disponível em: <<http://noticias.r7.com/economia/noticias/investimento-publico-cresceu-145-durante-governo-lula-segundo-ipea-20111229.html?question=0>> Acesso em: 09/09/2018.

RÁDIO FRANÇA INTERNACIONAL. *Por que o Brasil abandonou os trens e as ferrovias?* Disponível em: <<http://br.rfi.fr/brasil/20180606-por-que-o-brasil-abandonou-os-trens-e-ferrovias>> Acesso em: 11/09/2018.

RÁDIOFUSÃO E NEGÓCIOS. *História da televisão – Década de 70*. Disponível em: <<https://radiodifusaoenegocios.com.br/radiodifusao/historia-da-televisao-decada-de-70-95>> Acesso em: 23/06/2019.

REIS, Thiago. VELASCO, Clara. *Apesar da crise e queda de receita, gastos de estados com segurança pública crescem 30% em 10 anos*. G1, Política, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/05/13/apesar-de-crise-e-queda-de-receita-gastos-de-estados-com-seguranca-publica-crescem-30percent-em-10-anos.ghtml>> Acesso em: 21/06/2019.

REIS, Vilma. *Breve histórico do (Sub) financiamento do SUS*. Associação Brasileira de Pós-Graduação em Saúde Pública, Outras Notícias, Institucional, 2013. Disponível em: <<https://www.abrasco.org.br/site/outras-noticias/institucional/breve-historico-do-sub-financiamento-do-sus/1174/>> Acesso em: 10/06/2019.

RIBEIRO, Jeferson. *Má qualidade do transporte público aumenta preferência por carro*. O Globo, Brasil, 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/ma-qualidade-do-transporte-publico-aumenta-preferencia-da-populacao-por-carro-22290803>> Acesso em: 04/06/2019.

RIBEIRO, Luciano. *Internet no Brasil: estatísticas e projeções*. Blog Arrimum – transformando ideias em resultados, 2019. Disponível em: <<https://blog.arrimum.com/internet-no-brasil-estatisticas>> Acesso em: 24/06/2019.

RISSO, Melina. *Por que o Brasil falha na segurança pública? Por quê?* Economês em bom português, 2018. Disponível em: <<http://porque.uol.com.br/por-que-o-brasil-falha-na-seguranca-publica/>> Acesso em: 21/06/2019.

RITTNER, Daniel. *Entrada de turistas cresce 8% este ano e país pode ampliar visto eletrônico*. Valor Econômico, Brasil, Macroeconomia, 2018. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5680983/entrada-de-turistas-cresce-8-este-ano-e-pa-is-pode-ampliar-visto-eletronico>> Acesso em: 09/04/2019.

RODRIGUES, Mateus. *MEC mantém bloqueio de R\$5,8 bilhões após revisão orçamentária*. G1, educação, 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/educacao/noticia/2019/05/23/mec-mantem-bloqueio-de-r-58-bilhoes-apos-revisao-orcamentaria.ghtml>> Acesso em: 17/06/2019.

RONCOLATO, Murilo. *Um panorama do transporte hidroviário no país*. E por que não deslanchou. Nexo. 2018. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/05/30/Um-panorama-do-transporte-hidrovi%C3%A1rio-no-pa%C3%ADs.-E-por-que-n%C3%A3o-deslanchou>> Acesso em: 16/09/2018.

SAIANI, Carlos César Santejo. JÚNIOR, Rudinei Toneto. *Evolução do acesso a serviços de saneamento básico no Brasil (1970 a 2004)*. Economia e Sociedade, Campinas, v.19, n.1, p.79-106, abril de 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ecos/v19n1/a04v19n1.pdf>> Acesso em: 18/09/2018.

SALOMÃO, Lucas. *Uso do termo 'laranja' para designar ocultação de bens tem origem incerta*. G1, Política, 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/01/uso-do-termo-laranja-para-designar-ocultacao-de-bens-tem-origem-incerta.html>> Acesso em: 25/05/2019.

SAMPAIO, Breno. MELO, André de Souza. *Análise da eficiência de companhias aéreas brasileiras*. in: Revista Análise Econômica, Porto Alegre, ano 26, nº 50, p.223-244, setembro de 2008. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/AnaliseEconomica/article/download/10921/6498>> Acesso em: 09/09/2018.

SARAIVA, Pedro. *Copa do Mundo e o orçamento da saúde entre 1995-2014*. GGN, notícias, 2014. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/noticia/copa-do-mundo-e-o-orcamento-da-saude-entre-1995-2014/>> Acesso em: 10/06/2019.

SARAIVA, Sérgio. *Déficit habitacional – uma ilusão de ótica econômica*, por Sérgio Saraiva. GGN, Habitação, 2018. Disponível em: <<https://jornalggn.com.br/habitacao/deficit-habitacional-uma-ilusao-de-otica-economica/>> Acesso em: 27/05/2019.

SAMPAIO, Vanessa. *Boat Show 2018 começa hoje em SP*. Ministério do Turismo, últimas notícias, 2018. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11950-boat-show-2018-come%C3%A7a-hoje-em-s%C3%A3o-paulo.html>> Acesso em: 03/04/2019.

SECRETARIA NACIONAL DE PORTOS. Planejamento Portuário Nacional. Disponível em: <<http://www.portosdobrasil.gov.br/assuntos-1/pnpl>> Acesso em: 16/09/2018.

SENADO NOTÍCIAS. *Nova lei flexibiliza o pagamento de outorgas para a concessão de aeroportos*. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2017/10/27/nova-lei-flexibiliza-pagamento-de-outorgas-para-concessao-de-aeroportos>> Acesso em: 06/09/2018.

SENADO NOTÍCIAS. *Projeto do pacote anticrime altera 13 leis da área penal e criminal*. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/04/02/projeto-do-pacote-anticrime-altera-13-leis-da-area-penal-e-criminal>> Acesso em: 21/06/2019.

SERAPIÃO, Bruno. *Hidrovias do Brasil*. VII Congresso e Feira Internacional de Transporte e Logística Sustentável da Amazônia (TRANS2018). 2018. Disponível em: <<http://www.trans2018.com.br/palestras/BRUNO-SERAPIAO.pdf>> Acesso em: 16/09/2018.

SILVA, Fabiane dos Santos. *Políticas públicas de turismo no Brasil: estratégias para administração da atividade no país*. In: Gestão de Tecnologia para a Competitividade. Universidade Federal do Maranhão, outubro de 2013. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/36218351.pdf>> Acesso em: 05/06/2018.

SILVER, Katie. *Poluição mata mais de 100 mil pessoas por ano no Brasil, diz relatório*. BBC, News Brasil, 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-41692503>> Acesso em: 03/06/2019.

SMANIO, Gianpaolo. *A universalização do saneamento básico e a lei*. Estadão, política. 2017. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/a-universalizacao-do-saneamento-basico-e-a-lei/>> Acesso em: 18/09/2018.

SINDICATO DAS EMPRESAS DE TRANSPORTE METROPOLITANO DA GRANDE VITÓRIA. *Mobilidade e transporte no governo Bolsonaro*. Disponível em: <<https://www.gvbus.org.br/mobilidade-e-transporte-governo-bolsonaro/>> Acesso em: 04/06/2019.

SOBREIRA, Vinícius. *Temer alega 'segurança pública' e corta mais verbas de esporte e cultura*. Rede Brasil Atual, Esportes, Só Atrasos, 2018. Disponível em: <<https://www.redebrasilatual.com.br/esportes/2018/06/temer-alega-seguranca-publica-e-corta-mais-verbas-de-esporte-e-cultura/>> Acesso em: 21/06/2019.

SOBRINHO, Wanderley Preite. *Falta de médicos e de remédios: 10 grandes problemas da saúde brasileira*. Uol, Ciência e Saúde, 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/saude/listas/falta-medico-e-dinheiro-10-grandes-problemas-da-saude-no-brasil.htm>> Acesso em: 06/06/2019.

SOUZA, Daniele. *Comunicação é um direito a ser conquistado em prol da democracia no Brasil e no Mundo*. Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde, Arquivo de notícias, 2018. Disponível em: <<https://www.icict.fiocruz.br/content/comunica%C3%A7%C3%A3o-%C3%A9-um-direito-ser-conquistado-em-prol-da-democracia-no-brasil-e-no-mundo>> Acesso em: 24/06/2019.

STACHEWSKI, Ana Laura. *Bolsonaro mantém Ministério do Meio Ambiente, mas esvazia pasta*. Época Negócios, 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Brasil/noticia/2019/01/bolsonaro-mantem-ministerio-do-meio-ambiente-mas-esvazia-pasta.html>> Acesso em: 14/05/2019.

SUSTENTABLE ENERGY FOR ALL. About Us. Disponível em: <<https://www.seforall.org/press>> Acesso em: 26/09/2018.

TECH IN BRAZIL. *Expansão da telefonia móvel no Brasil*. Disponível em: <<https://techinbrazil.com.br/expansao-da-telefonia-movel-no-brasil>> Acesso em: 23/06/2019.

TELECO. *Modelo básico de assinatura: evolução das telecomunicações*. Disponível em: <[https://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialmbassin/pagina\\_3.asp](https://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialmbassin/pagina_3.asp)> Acesso em: 23/06/2019.

THE ECONOMIST. *Jair Bolsonaro, Brazil's apprentice president*. Disponível em: <<https://www.economist.com/the-americas/2019/03/28/jair-bolsonaro-brazils-apprentice-president>> Acesso em: 06/05/2019.

THE ECONOMIST. *Jair Bolsonaro, Latin America's latest menace*. Disponível em: <<https://www.economist.com/leaders/2018/09/20/jair-bolsonaro-latin-americas-latest-menace?fsrc=scn/tw/te/bl/ed/jairbolsonarolatinamericaslatestmenacebrazilsresidentialelection>> Acesso em: 06/05/2019.

THE LANCET. *Saúde no Brasil*. Disponível em: <<http://www.abc.org.br/IMG/pdf/doc-574.pdf>> Acesso em: 06/06/2019.

THE NEW CLIMATE ECONOMY. *Better growth better climate*. Disponível em: <<https://newclimateeconomy.report/2014/>> Acesso em: 13/04/2019.

THE NEW CLIMATE ECONOMY. *Seizing the global opportunity*. Disponível em: <<https://newclimateeconomy.report/2015/>> Acesso em: 13/04/2019.

THE NEW CLIMATE ECONOMY. *The sustainable infrastructure imperative*. Disponível em: <<https://newclimateeconomy.report/2016/>> Acesso em: 13/04/2019.

TORORADAR. *Commodities: o que são?* Disponível em: <<https://www.tororadar.com.br/blog/commodities-o-que-e-significado>> Acesso em: 09/09/2018.

TORRESAN, Vinicius. *O crescimento do mercado do turismo no Brasil e as projeções para 2019*. Latin America Business School, turismo, 2018. Disponível em: <<https://labs.ebanx.com/pt-br/turismo/o-crescimento-do-mercado-do-turismo-no-brasil-e-as-projecoes-para-2019>> Acesso em: 09/04/2019.

TUROLLO JR, Reynaldo. *Planos de segurança pública são engavetados a cada novo governo federal*. Folha de São Paulo, Cotidiano, 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/02/planos-de-seguranca-publica-sao-engavetados-a-cada-novo-governo-federal.shtml>> Acesso em: 21/06/2019.

UNITED NATIONS TOURISM WORLD ORGANIZATION. *Tourism Highlights 2016 Edition*. Disponível em: <[http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas\\_indicadores/UNTWO\\_Tourism\\_Highlights\\_2016\\_Edition.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/estatisticas_indicadores/UNTWO_Tourism_Highlights_2016_Edition.pdf)> Acesso em: 05/06/2018.

UNITED NATIONS TOURISM WORLD ORGANIZATION. *Tourism Highlights 2018 Edition*. Disponível em: <<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>> Acesso em: 04/05/2019.

VALOR ECONÔMICO. *Aéreas brasileiras iniciam 2018 com crescimento de 2,87% na demanda*. Disponível em: <[https://www.valor.com.br/empresas/5340463/aere\\_as-brasileiras-iniciam-2018-com-crescimento-de-287-na-demanda](https://www.valor.com.br/empresas/5340463/aere_as-brasileiras-iniciam-2018-com-crescimento-de-287-na-demanda)> Acesso em: 06/09/2018.

VALOR ECONÔMICO. *Demanda aérea doméstica cresce 6,3% em abril, segundo Anac*. Disponível em: <[https://www.panrotas.com.br/aviacao/pesquisas-e-estatisticas/2018/03/demanda-de-mercado-domestico-cresce-57-em-fevereiro\\_154216.html](https://www.panrotas.com.br/aviacao/pesquisas-e-estatisticas/2018/03/demanda-de-mercado-domestico-cresce-57-em-fevereiro_154216.html)> Acesso em: 06/09/2018.

VALOR ECONÔMICO. *Governo lançará 'novo PAC' com previsão de R\$ 42 bi em investimentos*. Disponível em: <[https://www.valor.com.br/politica/5185431/governo\\_lancara-novo-pac-com-previsao-de-r-42-bi-em-investimentos](https://www.valor.com.br/politica/5185431/governo_lancara-novo-pac-com-previsao-de-r-42-bi-em-investimentos)> Acesso em: 06/09/2018.

VALOR ECONÔMICO. *Governo prevê R\$ 44 bi de investimentos com privatizações e concessões*. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5092118/governo-prever-44-bi-de-investimentos-com-privatizacoes-e-concessoes>> Acesso em: 06/09/2018.

VALOR ECONÔMICO. *Programa de investimentos em logística: um projeto estratégico do estado brasileiro*. Disponível em: <[https://www.valor.com.br/sites/default/files/apresentacao\\_bernardo\\_figueiredo\\_0.pdf](https://www.valor.com.br/sites/default/files/apresentacao_bernardo_figueiredo_0.pdf)> Acesso em: 09/09/2018.

VANNUCHI, Camilo. *O direito à comunicação e os desafios da regulação dos meios no Brasil*. In: Galaxia (online), ISSN 1982-2553, n. 38, p. 167-180, São Paulo, 2018. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gal/n38/1519-311X-gal-38-0167.pdf>> Acesso em: 21/06/2019.

VASQUES, Lucas. *Como o golpe aumentou o desemprego e aprofundou a crise econômica*. Fórum, Brasil, Fórumweek, 2018. Disponível em: <<https://www.revistaforum.com.br/como-o-golpe-aumentou-o-desemprego-e-aprofundou-a-crise-economica/>> Acesso em: 26/05/2019.

VEJA. *União aplica apenas 23% da verba para segurança pública*. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/uniao-aplica-apenas-23-da-verba-para-seguranca-publica/>> Acesso em: 21/06/2019.

VELASCO, Clara. *Saneamento avança, mas Brasil ainda joga 55% do esgoto que coleta na natureza, diz estudo*. G1, economia. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/saneamento-avanca-mas-brasil-ainda-joga-55-do-esgotoque-coleta-na-natureza-diz-estudo.ghtml>> Acesso em: 18/09/2018.

VELASCO, Clara. *Saneamento melhora, mas metade dos brasileiros segue sem esgoto no país*. G1, economia. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/saneamento-melhora-mas-metade-dos-brasileiros-segue-sem-esgotono-pais.ghtml>> Acesso em: 18/09/2018.

VENTURA, Manoel. *Decreto de Bolsonaro reduz e altera composição do Conselho Nacional do Meio Ambiente*. O Globo, Sociedade, 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/decreto-de-bolsonaro-reduz-altera-composicao-do-conselho-nacional-do-meio-ambiente-23702598>> Acesso em: 05/06/2019.

VENTURINI, Lilian. *Como está a desigualdade de renda no Brasil, segundo o IBGE*. Nexo, expresso. 2017. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/11/30/Como-est%C3%A1-a-desigualdade-de-renda-no-Brasil-segundo-o-IBGE>> Acesso em: 19/01/2019.

VGRESÍDUOS. *Como Política Nacional de Resíduos Sólidos influencia no meu negócio?* Disponível em: <<https://www.vgresiduos.com.br/blog/como-politica-nacional-de-residuos-solidos-influencia-o-meu-negocio/>> Acesso em: 14/05/2019.

VIA CARREIRA. *Inscrições Pronatec Turismo 2018: mais de 200 mil vagas para cursos*. Disponível em: <<https://viacarreira.com/inscricoes-pronatec-turismo-2018-135533/>> Acesso em: 11/09/2018.

VIAGEM E TURISMO. *Pesquisa inédita da Viagem e Turismo traça perfil do turista brasileiro*. 2011. Disponível em: <<https://viagemeturismo.abril.com.br/destinos/pesquisa-inedita-da-viagem-e-turismo-traca-perfil-do-turista-brasileiro/>> Acesso em: 21/01/2019.

VIEIRA JR, Vilson. *Quem é o dono? Emissoras de rádio e TV são concessões de serviço público, e não bens privados!* Mídia Aberta – Em defesa da liberdade de expressão para todos, 2008. Disponível em: <<http://vilsonjornalista.blogspot.com/2008/05/quem-o-dono-emissoras-de-rdio-e-tv-so.html>> Acesso em: 23/06/2019.

VILELA, Pedro Rafael. *Bolsonaro entrega 472 apartamentos do Minha Casa, Minha Vida*. Agência Brasil, Política, 2019. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2019-05/bolsonaro-entrega-472-apartamentos-do-minha-casa-minha-vida>> Acesso em: 04/06/2019.

VILELA, Pedro Rafael. *Brasil reduz mortes no trânsito, mas está longe da meta para 2020*. Agência Brasil, Geral, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-09/brasil-reduz-mortes-no-transito-mas-esta-longe-da-meta-para-2020>> Acesso em: 03/06/2019.

VILLAS BÔAS, Bruno. *Estudos apontam que até 900 mil pessoas deixaram classes A e B*. Valor Econômico, Rio. 2018. Disponível em: <<https://www.valor.com.br/brasil/5515501/estudos-apontam-que-ate-900-mil-pessoas-deixaram-classes-e-b>> Acesso em: 19/01/2019.

VIZZACCARO, Cauê. *Bruno Serapião, presidente da Hidrovias do Brasil, fala sobre gargalos do setor e os papéis do governo e da iniciativa privada*. Dinheiro Rural – Terra Economia. 2017. Disponível em: <<https://www.dinheirorural.com.br/o-potencial-de-hidrovias-para-regiao-norte-do-brasil-e-fantastico/>> Acesso em: 16/09/2018.

WIKIPÉDIA. *Bolha especulativa*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Bolha\\_especulativa](https://pt.wikipedia.org/wiki/Bolha_especulativa)> Acesso em: 07/09/2018.

WIKIPÉDIA. *Charter*. Disponível em: <<https://pt.m.wikipedia.org/wiki/Charter>> Acesso em: 25/05/2019.

WIKIPÉDIA. *Crash (economia)*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Crash\\_\(economia\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Crash_(economia))> Acesso em: 07/09/2018.

WIKIPÉDIA. *Crise econômica no Brasil desde 2014*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Crise\\_econ%C3%B4mica\\_no\\_Brasil\\_desde\\_2014](https://pt.wikipedia.org/wiki/Crise_econ%C3%B4mica_no_Brasil_desde_2014)> Acesso em: 09/09/2018.

WIKIPÉDIA. *História da televisão no Brasil*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria\\_da\\_televis%C3%A3o\\_no\\_Brasil](https://pt.wikipedia.org/wiki/Hist%C3%B3ria_da_televis%C3%A3o_no_Brasil)> Acesso em: 23/06/2019.

WIKIPÉDIA. *Internet no Brasil*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Internet\\_no\\_Brasil](https://pt.wikipedia.org/wiki/Internet_no_Brasil)> Acesso em: 23/06/2019.

WIKIPÉDIA. *Lista de companhias aéreas fora de operação*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista\\_de\\_companhias\\_a%C3%A9reas\\_fora\\_de\\_oper%C3%A7%C3%A3o](https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_de_companhias_a%C3%A9reas_fora_de_oper%C3%A7%C3%A3o)> Acesso em: 09/09/2018.

WIKIPÉDIA. *Mais Médicos*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Mais\\_M%C3%A9dicos](https://pt.wikipedia.org/wiki/Mais_M%C3%A9dicos)> Acesso em: 10/06/2019.

WIKIPÉDIA. *Marco Civil da Internet*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Marco\\_Civil\\_da\\_Internet](https://pt.wikipedia.org/wiki/Marco_Civil_da_Internet)> Acesso em: 24/06/2019.

WIKIPÉDIA. *Milagre econômico brasileiro*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Milagre\\_econ%C3%B4mico\\_brasileiro](https://pt.wikipedia.org/wiki/Milagre_econ%C3%B4mico_brasileiro)> Acesso em: 07/09/2018.

WIKIPÉDIA. *Plano Nacional de Banda Larga*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Plano\\_Nacional\\_de\\_Banda\\_Larga](https://pt.wikipedia.org/wiki/Plano_Nacional_de_Banda_Larga)> Acesso em: 24/06/2019.

WIKIPÉDIA. *Produto Interno Bruto do Brasil*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Produto\\_interno\\_bruto\\_do\\_Brasil](https://pt.wikipedia.org/wiki/Produto_interno_bruto_do_Brasil)> Acesso em: 22/05/2019.

WIKIPÉDIA. *Televisão por assinatura*. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o\\_por\\_assinatura](https://pt.wikipedia.org/wiki/Televis%C3%A3o_por_assinatura)> Acesso em: 24/06/2019.

WRI BRASIL ROSS CENTER. *Investimento em infraestrutura urbana é a chave para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*. Disponível em: <<http://wricidades.org/noticia/investimento-em-infraestrutura-urbana-%C3%A9-chave-para-atingir-os-objetivos-de-desenvolvimento>> Acesso em: 13/04/2019.

