

COVID-19: Como pode a América Latina e o Caribe sobreviver

Maio, 2021

## **Sumário executivo**

Em janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o surto da doença COVID-19, causado pelo novo coronavírus SARS-CoV-2, como uma emergência de saúde pública internacional, visto a propagação ser mundial. A título de exemplo, segundo o Caribank (Caribbean Development Bank (CDB)), em 28 de junho de 2020, o Haiti tinha já 104 mortes por COVID-19.

O aumento gradual do número de pessoas infetadas e consequentes mortes, direta ou indiretamente relacionadas com a doença em questão, mudou muito rapidamente o contexto e a forma de atuação de vários países, incluindo a América Latina e o Caribe. Aliás, em relação a 2019, em 2020 o turismo nesta região sofreu uma descomunal quebra no turismo, segundo a Organização Mundial do Turismo.

O objetivo deste estudo é examinar as oportunidades na América Latina e no Caribe para construir uma recuperação sustentável, baseada em políticas públicas de turismo, que ajude a superar a crise económica, de saúde e social que a região enfrenta, em virtude da COVID-19.

## Índice

<b>Sumário executivo .....</b>	<b>2</b>
<b>Introdução.....</b>	<b>4</b>
<b>Revisão da literatura .....</b>	<b>7</b>
<b>Análise.....</b>	<b>11</b>
<b>Reconhecimento aprofundado do problema .....</b>	<b>11</b>
<b>Políticas públicas de turismo.....</b>	<b>13</b>
<b>O caso do Brasil.....</b>	<b>17</b>
<b>Conclusões e recomendações .....</b>	<b>20</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>21</b>

## Introdução

O turismo é importantíssimo na economia da América Latina e Caribe, isto é, é um notável gerador de divisas em toda a região. A título de exemplo, em 2019, a atividade turística era responsável por cerca de 42% e 10% do total das exportações (exportações de bens e serviços) do Caribe e da América Latina, respetivamente. Note-se que, em alguns países do Caribe, o turismo chegou mesmo a ultrapassar os 50% no total das exportações de bens e serviços, como nos mostra o Gráfico 1.

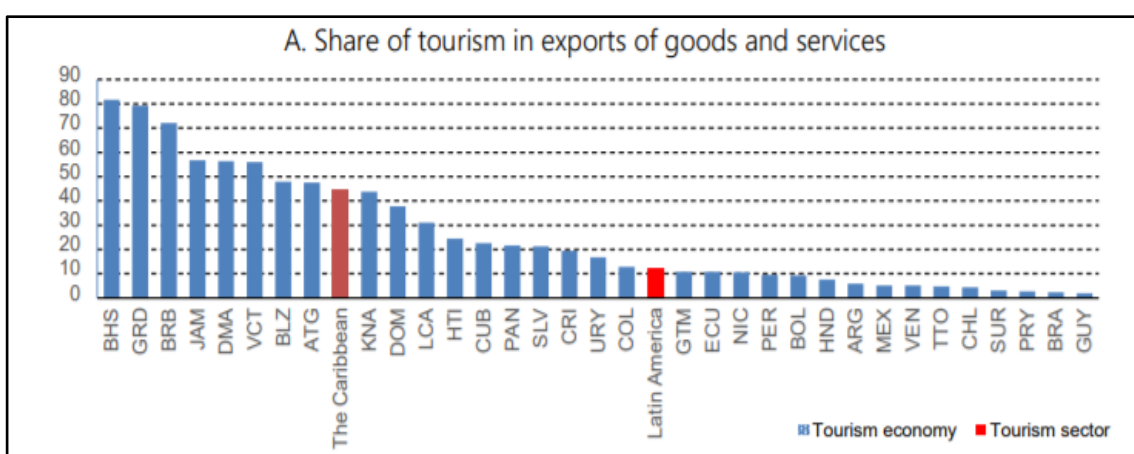


Gráfico 1 – Peso do turismo nas exportações de bens e serviços

Fonte: The World Bank

Em termos macroeconómicos, o setor do turismo representa uma parte relevante do PIB nesta região, 11% no Caribe e 4% na América Latina, em 2019. E, novamente, quando comparado com outros países desta região, apercebemo-nos que o turismo é fulcral nesta região, quero com isto dizer que, noutros países desta região o setor do turismo assume uma participação na economia, como um todo, muito maior (Gráfico 2). Não obstante, prendermo-nos unicamente com a informação que as representações gráficas nos transmitem pode enviesar a nossa opinião da realidade. Por outras palavras, muitas outras atividades completamente fora da atividade turística, dependem colossalmente deste setor

e, como disse, os números/dados por si só, podem não ser capazes de o demonstrar.

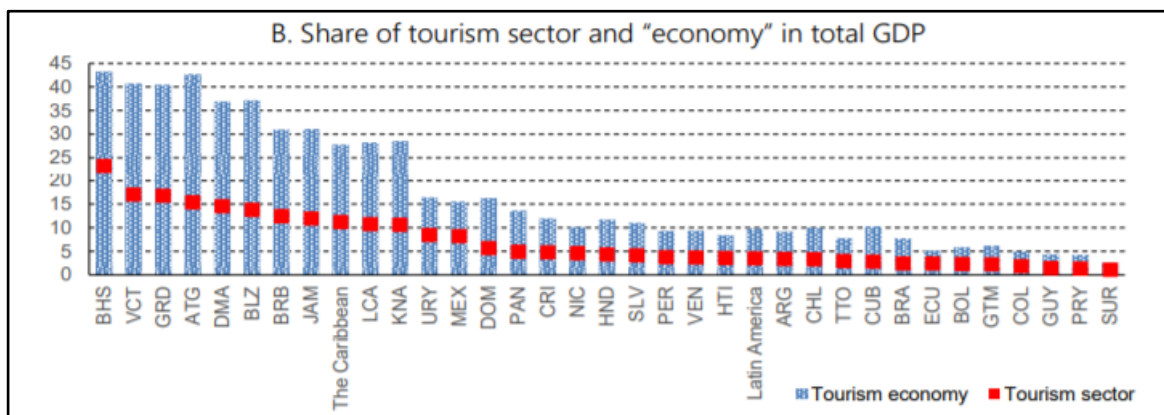


Gráfico 2 – Peso do setor do turismo e da “economia” do turismo no total do PIB

Fonte: The World Bank

Importa dizer que, o turismo é, naturalmente, altamente intensivo em mão de obra, traduzindo-se em 17% do emprego no Caribe e 4% na América Latina. Porém, noutros países da região, em 2019, o turismo chega a responder a mais de 20% do emprego como em Antígua e Barbuda, Santa Lúcia, Saint Kitts e Nevis e Bahamas, por exemplo (Gráfico 3).

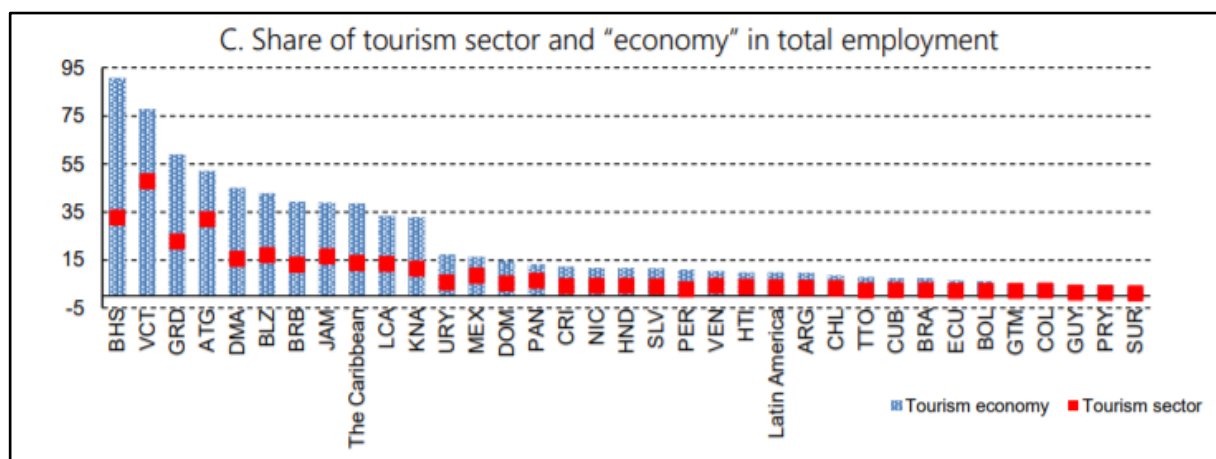


Gráfico 3 – Peso do setor do turismo e da “economia” do turismo no emprego total

Fonte: The World Bank

O turismo impulsiona e estimula as cidades, mas nesta região em análise, contribui também para a construção local, costeira, rural e remota. Vantagens que, principalmente num cenário de recuperação pós-COVID-19, valem a pena serem repensadas. Mas estará o turismo a ser aproveitado eficientemente na região da América Latina e do Caribe?

Procurarei neste estudo, apontar algumas políticas públicas de turismo capazes de restabelecerem a economia desta região, com foco em políticas específicas.

## Revisão da literatura

A economia da América latina e do Caribe quebrou drasticamente conforme a crise pandémica e os seus efeitos se fizeram sentir por todo o mundo.

Segundo estimativas da Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo internacional contraiu cerca de 97% em abril de 2020, em relação ao mesmíssimo mês do ano anterior (2019). A América Latina e o Caribe não foram exceção e assistiram a tortuosidade com que as suas economias caíam dia após dia. Em abril de 2020 registaram-se cerca de 1,2 milhões de chegadas de turistas internacionais nesta região, quase 88% menos que em 2019 (Gráfico 4).

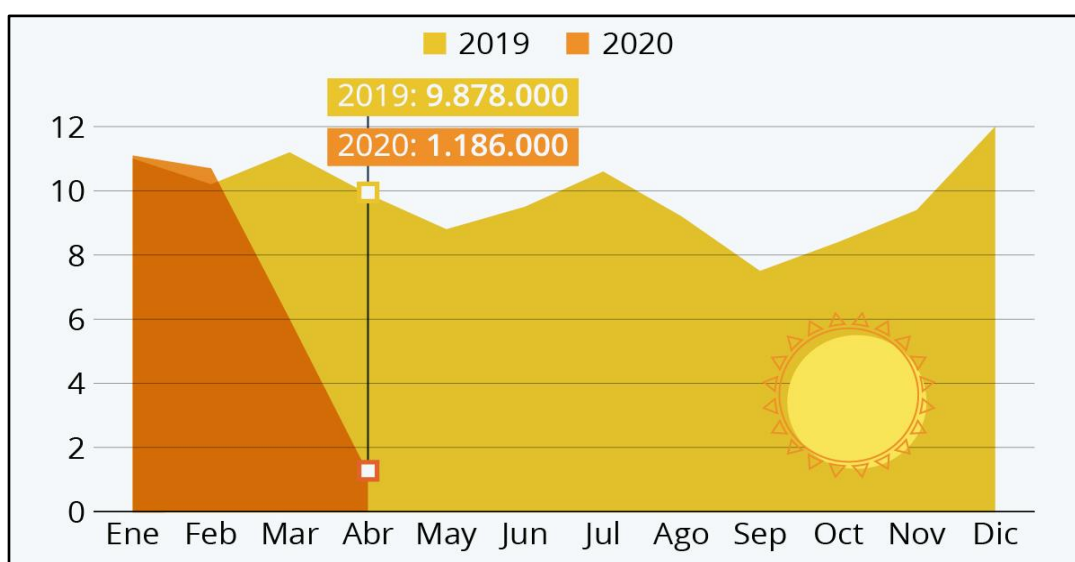


Gráfico 4 – Evolução do turismo da América Latina e do Caribe

Fonte: Organização Mundial do Turismo (OMT)

A título de exemplo, um dos países fortemente afetado pela paralisação do turismo, como consequência do COVID-19, é o México. Segundo a OMT, aproximadamente 9% do total dos bens e serviços produzidos durante um ano no México provêm do setor de turismo (Marina Pasquali, 2020). Apesar das quase ou inexistentes restrições à entrada de vos internacionais em solo mexicano, a nação asteca recebeu, entre janeiro e abril de 2020, cerca de 11,1 milhões de turistas estrangeiros, cerca de 3,6 milhões de turistas a menos, relativamente ao ano anterior.

Note-se que, este setor não é só apenas um dos principais contribuintes para a economia, as exportações e o emprego das Ilhas do Caribe, mas também em diversas cidades e comunidades locais na América Latina (Nanno Mulder, 2009).

Ao abrigo do relatório publicado pelo Banco Mundial no dia 8 de junho de 2020, o austero impacto da COVID-19 levará a América Latina e o Caribe para o “buraco económico” mais profundo das últimas seis décadas. Assim, a região, em 2020, apresentou uma variação negativa de nove pontos percentuais do produto interno bruto (PIB), relativamente a 2019, como podemos apreender da análise da seguinte tabela (Tabela 1).

<b>TABLE 2.3.1 Latin America and the Caribbean forecast summary</b>						
<i>(Real GDP growth at market prices in percent, unless indicated otherwise)</i>						
	2017	2018	2019e	2020f	2021f	Percentage point differences from January 2020 projections
						2020f 2021f
<b>EMDE LAC, GDP<sup>1</sup></b>	<b>1.9</b>	<b>1.7</b>	<b>0.8</b>	<b>-7.2</b>	<b>2.8</b>	<b>-9.0 0.4</b>
GDP per capita (U.S. dollars)	0.7	0.6	-0.3	-8.1	1.9	-8.9 0.4
<i>(Average including countries with full national accounts and balance of payments data only)<sup>2</sup></i>						
EMDE LAC, GDP <sup>2</sup>	1.9	1.7	0.8	-7.2	2.8	-9.0 0.4
PPP GDP	2.0	1.7	0.8	-7.1	2.9	-8.9 0.4
Private consumption	2.7	2.0	1.1	-8.3	2.9	-10.4 0.2
Public consumption	0.7	1.3	-0.1	1.8	0.1	0.9 -0.9
Fixed investment	-0.2	2.2	-1.0	-11.1	4.7	-13.7 0.7
Exports, GNFS <sup>3</sup>	3.8	4.2	0.6	-12.5	6.4	-15.3 3.3
Imports, GNFS <sup>3</sup>	6.3	5.1	-0.9	-13.2	5.9	-16.5 2.1
Net exports, contribution to grow	-0.5	-0.2	0.3	0.2	0.1	0.3 0.3
<b>Memo items: GDP</b>						
South America <sup>4</sup>	1.6	1.3	1.0	-7.4	2.7	-9.3 0.1
Central America <sup>5</sup>	4.0	2.7	2.4	-3.6	3.6	-6.6 0.3
Caribbean <sup>6</sup>	3.2	5.0	3.6	-1.8	3.3	-7.4 -0.6
Brazil	1.3	1.3	1.1	-8.0	2.2	-10.0 -0.3
Mexico	2.1	2.2	-0.3	-7.5	3.0	-8.7 1.2
Argentina	2.7	-2.5	-2.2	-7.3	2.1	-6.0 0.7

*Tabela 1 - Previsões para a América Latina e o Caribe*

Fonte: The World Bank



Continuando a abordagem macroeconómica, com base na seguinte representação gráfica (Gráfico 5) e de acordo com o relatório sobre as perspetivas económicas globais publicadas pelo Banco Mundial, constatamos que espera-se que tanto a América Latina como o Caribe, como a economia mundial recuperem terreno em 2021, traduzindo-se numa expansão do produto interno bruto (PIB) de 2,8% e 4,2%, respetivamente. A propósito, neste relatório, o Banco Mundial afirma que a região em causa vivenciou uma reversão repentina dos fluxos de caixa mais ríspida que a própria crise financeira global de 2007.

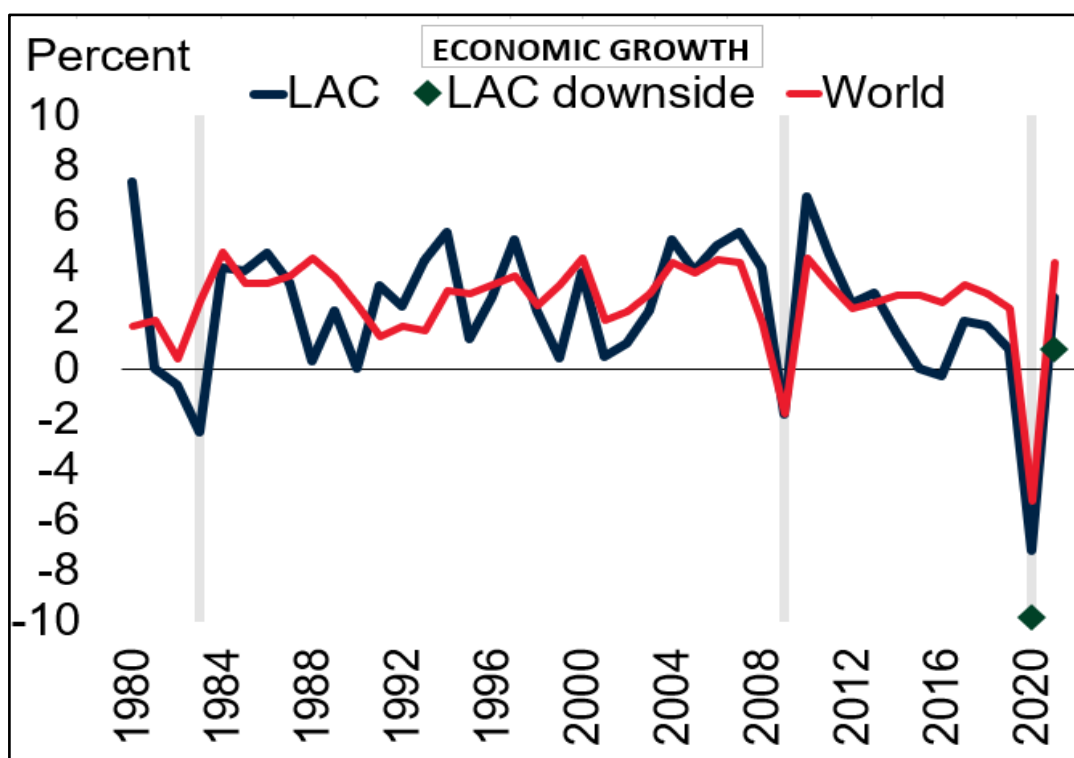


Gráfico 5 – Crescimento económico mundial vs América Latina e Caribe  
 Fonte: The World Bank

É notório e consensual que as economias mundiais sofrerão arduamente as sequelas desta crise pandémica, tanto que, estas sequelas demorarão muito tempo a “cicatrizar”.

Neste sentido, as políticas públicas de turismo tomam assim uma importante relevância na tentativa de içarem de novo as economias da região da América Latina e do Caribe.

O crescimento significativo do turismo e do envolvimento governamental fez crescer as expectativas não só do crescimento desta atividade na América Latina e no Caribe, como em outros países do mundo. Desta forma, o turismo está a converter-se numa alternativa de desenvolvimento económico e social, mundialmente (Ansarah, 2001).

Desde a década de 1970, as políticas públicas de turismo tornaram-se alvo de muitos governos quer de países desenvolvidos, quer de países em desenvolvimento. As políticas públicas de turismo são desenhadas para atingir objetivos específicos relevantes para o turismo estabelecido nos níveis municipal, estadual ou federal (Gee & Fayos -Solá, 1997). São três as principais razões económicas que levam a esta tendência: os governos estão focados em reduzir a dependência do financiamento público para as empresas públicas, os governos estão interessados em reduzir a dívida pública com a venda de bens e serviços do Estado e, por fim, os governos estão igualmente interessados em aumentarem a eficiência técnica na comercialização (French-Davis, Leiva e Madrid, 1992).

Algumas definições de políticas públicas de turismo estendem o conceito para além do governo e incluem as organizações turísticas (órgãos nacionais de turismo, escritórios de informação, por exemplo), a indústria do turismo (hotéis, restaurantes, agências de viagens, a título de exemplo) e até mesmo grupos de pressão no processo de formulação de políticas públicas (Van Doorn, 1982).

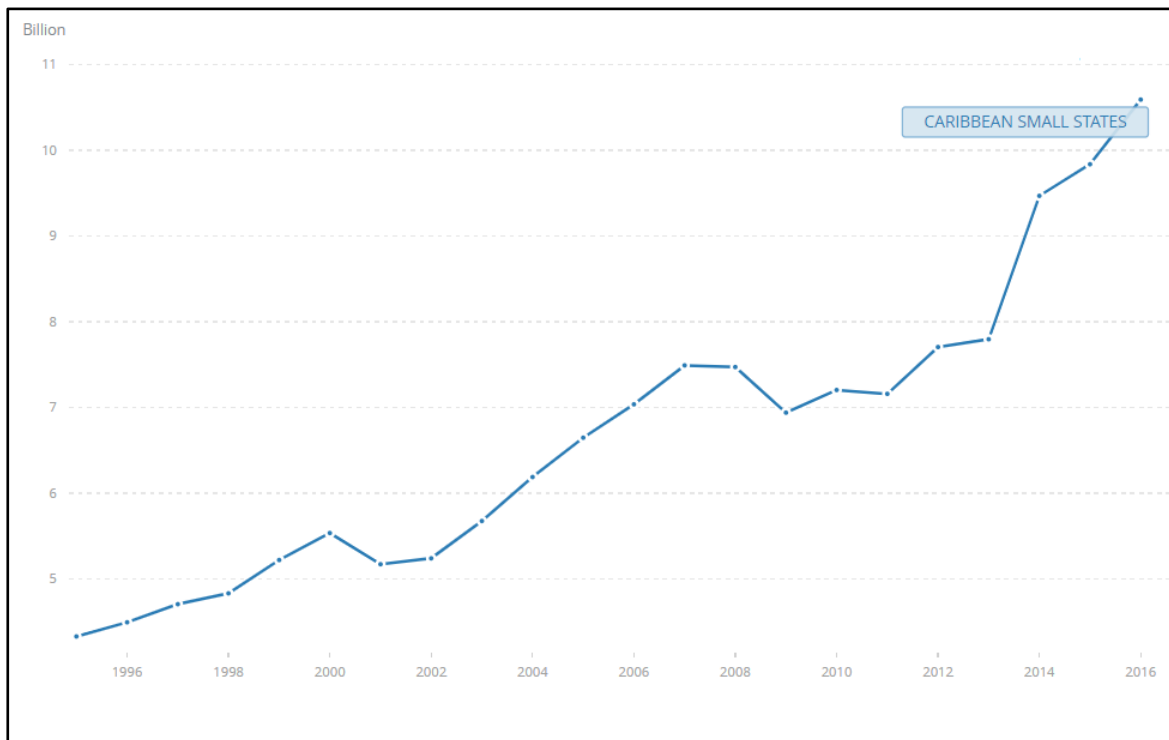
## **Análise**

### **Reconhecimento aprofundado do problema**

Importa referir que, apesar de o setor do turismo ser tão impactante nesta região (América Latina e Caribe), poder-se-á proferir que esta é uma região que não está a socorrer-se totalmente desta atividade, que porventura se revela tão importante para o desenvolvimento económico e social da zona. Quero com isto dizer que, o sucesso que o turismo tem nesta região, não está diretamente relacionado com as políticas públicas que os governos locais implementam neste sentido. Mais acrescento que, estes mesmos governos locais com uma boa ação governamental, que fomente intrinsecamente o turismo através da implementação de políticas públicas de turismo, poderá explorar, de forma eficiente (técnica e economicamente) este tão vantajoso e fecundo setor económico.

Arrematando, acredito que o sucesso da atividade turística nesta região se deva maioritariamente às paisagens, delineação da natureza e das próprias condições socioeconómicas da zona. Quero com isto dizer que, por exemplo, o facto de a região, por natureza, dispor de deslumbrantes e atraentes paisagens muito presumivelmente conduzirá ao sucesso neste setor, por pressuposição. Do mesmo modo que, o facto de a região da América Latina e Caribe ser uma zona com graves problemas estruturais (quer económicos, sociais e políticos) poderá ter total ou parcial importância na tomada de decisão daqueles que viajam por diversão ou recreio, quer dentro, quer fora de um país (turistas).

A título de fundamentação da pressuposição por último enumerada, as receitas obtidas com o turismo internacional dos pequenos estados do Caribe (“Caribbean small states”) (Gráfico 6) circundavam os 10,591 mil milhões de dólares americanos, em 2016. Apesar de parecerem números “corpulentos”, através da comparação que muito celeremente se aproximará, percebemos que este setor não está efetivamente a ser aproveitado da melhor maneira possível.



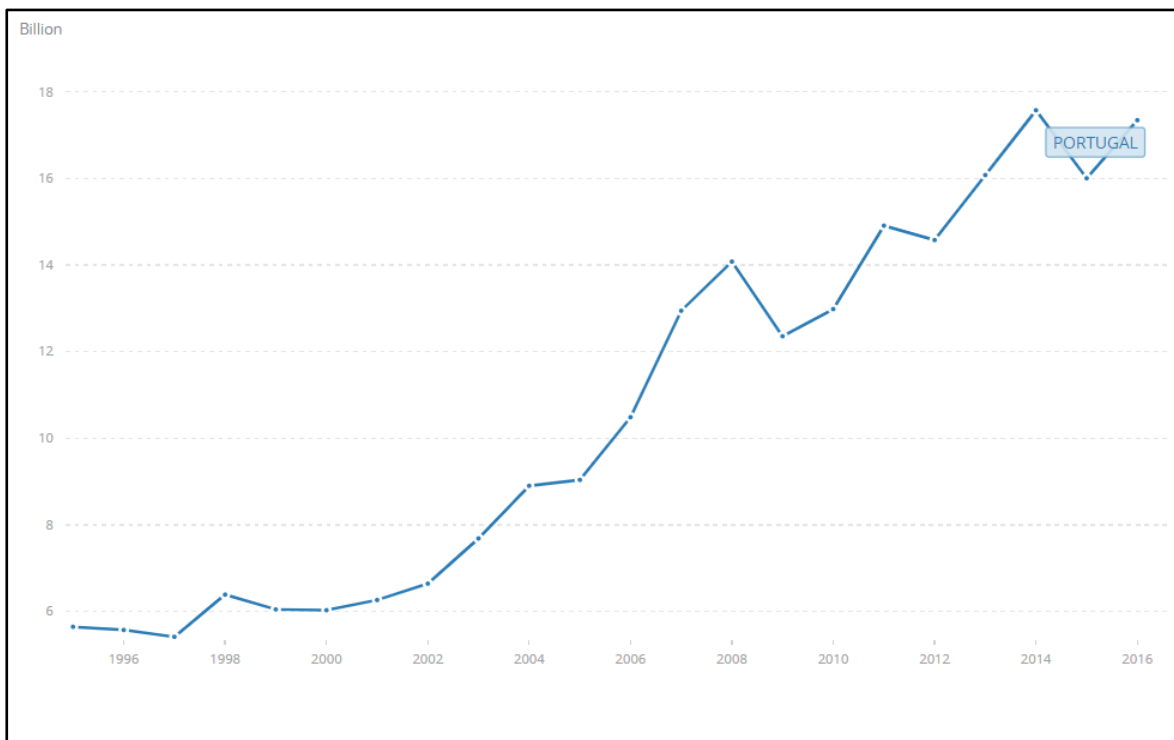
*Gráfico 6 – Receitas totais de turismo internacional dos estados do Caribe*

Fonte: The World Bank

Em contrapeso, as receitas totais de turismo internacional de Portugal (Gráfico 7), em 2016, rondavam os 17,347 mil milhões de dólares americanos. Ora, para deslindarmos uma receita total proveniente de turismo internacional, em Portugal, semelhante à obtida pelos estados do Caribe em 2016 (10,591 mil milhões de dólares americanos), teríamos que recuar 10 anos. Por essa altura, em 2006, Portugal obteve cerca de 10,487 mil milhões de dólares americanos.

Podíamos cair na tentação de proferir que isto se deve ao facto de Portugal em 2016 ter recebido mais turistas e por conseguinte conseguiria obter uma maior receita com o turismo internacional do que os estados do Caribe. Acontece que, em 2016, estes estados do Caribe receberam cerca de 17,64 milhões de turistas nos seus solos, ao passo que Portugal, nesse mesmo ano, acabaria por receber apenas 13,36 milhões de turistas em solos lusitanos e desta forma esta teoria cairia totalmente por terra, ao abrigo de dados do Banco Mundial.

É inegável que toda esta região em análise tem muito mais potencial no setor do turismo do que por exemplo Portugal. Esta potencialidade relaciona-se diretamente com a beleza incontestável da região e que, atrai milhões de pessoas. Resumidamente, é indiscutível que este pequeno exemplo prático demonstra perfeitamente uma simples e relevante conclusão: o setor do turismo não é eficientemente aproveitado na região da América Latina e do Caribe.



*Gráfico 7 – Receitas totais de turismo internacional de Portugal*

Fonte: The World Bank

## **Políticas públicas de turismo**

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo compreende “o conjunto de atividades desenvolvidas por visitantes no decurso das suas viagens e estadias para e em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros” (Cunha e Abrantes, 2013). Acresce que, é clarividente que o setor do turismo é, por isso, indissociável do contexto de mercado. Ora, face à crescente importância que o turismo cada vez mais adquire, a própria

comunidade científica tem reconhecido e destacado o envolvimento e o papel que os governos, nos seus mais variados níveis, desempenham na prossecução do desenvolvimento desta atividade (Cláudia Costa, 2015). Relativamente a esta importância, os governos têm um interesse especial por esta atividade, devido aos seus impactos quer económicos, quer sociais, quer ambientais (Scott, 2011).

Assim sendo, as políticas públicas tornam-se uma importantíssima arma na prossecução do desenvolvimento da atividade turística, por parte dos governos locais. Para Carl Joachim Friedrich, as políticas públicas são um curso de ação proposto por um indivíduo, grupo ou governo dentro de um dado ambiente, fornecendo obstáculos e oportunidades em que a política foi proposta para utilizar e superar um esforço para alcançar uma meta ou realizar um determinado objetivo (Friedrich, 1963). Alguns autores consideram políticas públicas como um mero compromisso com um plano de ação acordado por um grupo de pessoas com o poder necessário para o realizar e aplicar (Dodd e Boyd, 2000).

Sob a perspetiva económica, o mercado do turismo é considerado como um mercado imperfeito, com uma forte presença de bens públicos, externalidades, monopólios naturais e assimetria de informação (Michael, 2001). Porém no presente estudo abordarei apenas os bens públicos de turismo e os monopólios naturais.

Os bens públicos (puros), pautam-se pelas características de não rivalidade de consumo e não exclusividade no acesso, isto é, quando uma pessoa utiliza o bem, não impede outros de o utilizarem também e quando alguém consome o bem, é impossível para essa pessoa excluir outras pessoas de beneficiarem desse bem também, respetivamente. A literatura do turismo tem assinalado alguns exemplos de bens ou serviços com estas características, particularmente a promoção turística nacional e/ou de destinos turísticos, a provisão de infraestruturas turísticas e a coordenação e planeamento da atividade turística (Blake e Sinclair, 2007; Rigall-I-Torrent, 2008). O principal objetivo da promoção turística passa pela atração de visitantes para uma determinada região (Blake e Sinclair, 2007) e esta é uma atividade grandemente privada (Dwyer e Forsyth, 1993). Não obstante, importa frisar que os governos locais e nacionais também têm assumido a promoção como uma das suas

funções principais, no contexto da atividade turística (Faulkner, 2005; Cooper e Hall, 2008; Hall, Müller e Saarinen, 2009). Este envolvimento do setor público está profunda e diretamente relacionado com os argumentos de que a promoção turística nacional, por parte de agentes do privado, representa um bem público, sendo simultaneamente não rival e não exclusivo (Mak e Miklius, 1989; Dwyer and Forsyth, 1993; Bonham e Mak, 1996; Blake e Sinclair, 2007; Cooper e Hall, 2008; Hall, 2008; Hall, Müller e Saarinen, 2009).

Um exemplo de bem público, bem documentado, é a provisão de infraestruturas turísticas (Perry, 2003; Wanhill, 2005; Sakai, 2006; Blake e Sinclair, 2007). Já que as infraestruturas turísticas representam uma importante parte e integrante do produto turístico (Cláudia Costa, 2015), é absolutamente necessário assegurar a provisão das mesmas por forma a aumentar a competitividade dos destinos turísticos (Candela, Figini e Scorcu, 2008). Conquanto, apesar de ser o setor privado a assegurar a provisão de algumas infraestruturas, este setor não dispõe de incentivos capazes de proverem as infraestruturas com características de bem público, essencialmente aquelas que não são rentáveis, economicamente, excluir pessoas do seu consumo (Blake e Sinclair, 2007). Desta forma, para a provisão de infraestruturas turísticas ser eficiente, é necessária a intervenção governamental, dispondo os governos de vários instrumentos para o efeito, como nos mostra a literatura, como a provisão direta, o co-financiamento de capitais públicos e privados, o financiamento por parte das empresas privadas, a atribuição de incentivos financeiros e isenções fiscais e, por fim, a tributação das próprias infraestruturas turísticas (Jamieson, 2001; Jeffries, 2001; Sakai, 2006; Blake e Sinclair, 2007; Hall, Müller e Saarinen, 2009; Benner, 2013).

Tendo em conta o conceito mais comum que retrata as situações de monopólio natural (um monopólio natural acontece quando uma indústria detém economias de escala ao longo de toda a extensão relevante de produção, de tal forma que os custos médios são mais baixos quando uma única empresa produz para todo o mercado (Baumol, 1977; Berg e Tschirhart, 1988; Weimer e Vining, 2005; Santos, 2012), não seria expectável que tal acontecesse no contexto da atividade turística. Porém, vários autores contrariam esta ideia e reconhecem a existência de monopólio naturais no desenvolvimento da atividade turística

(Veal, 2003 e 2006; Gooroochurn e Sinclair, 2005; Sakai, 2006; Blake e Sinclair, 2007; Liang e Wang, 2010; Krozer, 2011; Tribe, 2011). O principal argumento deste autores passa pelas características das atrações turísticas, mais concretamente, a escassez, unicidade, imobilidade e diferenças regionais que podem levar, efetivamente, a um monopólio natural (Veal, 2003 e 2006; Liang e Wang, 2010). Quero com isto dizer que, a natureza diferenciadora dos produtos turísticos, em termos de tipologia e qualidade das paisagens e atrações turísticas, desencadeia algum poder de monopólio (Forsyth e Dwyer, 2002; Gooroochurn e Sinclair, 2005). Aliás, só existe umas Cataratas do Niágara, um Grand Canyon ou uma Torre Eiffel, isto é, monopólios sociais (Veal, 2003 e 2006). Para estes autores, os monopólios naturais levam a dois grandes problemas (sobretudo) : o lucro excessivo e a limitação da oferta (Veal, 2003 e 2006; Liang e Wang, 2010). Se considerarmos que o elevado número de visitantes pode levar ao congestionamento e à deterioração da própria atividade turística, uma solução possível, em termos económicos, passa por controlar a procura através do preço, ou seja, os governos locais da região da América Latina e do Caribe podem aumentar os preços de “entrada”, por forma a equilibrarem a procura com a capacidade de carga da atração turística (Cláudia Costa, 2015).

Neste âmbito, é possível perceber que a regulação, particularmente, a regulação dos preços e os mecanismos hierárquicos constituem os instrumentos de políticas públicas mais adequados para atenuar esta falha de mercado. Alguns autores (Veal, 2003 e 2006; Ryan e Hoontrakul, 2004; Rodriguez e Murdy, 2006; Blake e Sinclair, 2007; Liang e Wang, 2010) evidenciam precisamente que as situações de monopólio natural na atividade turística podem ser resolvidas, quer através da intervenção direta dos governos que assumem a propriedade e o controlo da atração turística, limitando desta forma as vantagens monopolistas dos agentes dos privados (Veal, 2006), quer através da regulação dos preços dessas mesmas atrações turísticas, permitindo desta forma controlar o poder do monopólio, garantido a melhoria do bem-estar coletivo (Veal, 2006; Liang e Wang, 2010).



No presente estudo, realço que os governos locais da região em causa devem intervir nas áreas que a literatura identifica como falhas de mercado, substanciando:

1. Criação ou participação em estabelecimentos de promoção do turismo local;
2. Construção de equipamentos/infraestruturas com interesse para o turismo e para as comunidades locais, garantindo, por exemplo, a rede de abastecimento de água, saneamento e recolha de lixo;
3. Elaboração de estratégias de planeamento do turismo adequadas a outros instrumentos de planeamento;
4. Coordenação da atividade turística, integrando outras instituições com interesse direto, ou indireto, no setor;
5. Envolvimento com os agentes públicos do turismo a nível nacional e regional;
6. Avaliação dos impactos criados pelo turismo a nível local, designadamente económicos, socioculturais e ambientais;
7. Elaboração de estratégias locais para as diversas atrações turísticas;
8. Provisão de informação: através de centros de informação e apoio aos turistas; de folhetos de informação acerca dos equipamentos e infraestruturas turísticas; e de folhetos informativos acerca do que é oferecido pelo setor privado na área (alojamento, restauração, comércio, eventos, por exemplo).

### **O caso do Brasil**

De acordo com Cruz (2000), as primeiras iniciativas que legitimaram as políticas públicas de turismo no Brasil, aludem à década de 1930 (da Cruz, 2000). A definição de uma estrutura institucional especializada no setor do turismo ocorreu apenas na década de 1960, através de decretos, que estabeleceram diretrizes para a elaboração de uma política nacional de turismo. Inicialmente criaram a Empresa Brasileira de Turismo (Embratur), atualmente denominado de Instituto Brasileiro de Turismo. Mais tarde, criaram o Conselho Nacional de Turismo (CNTur), ficando este encarregado da formulação e coordenação da Política Nacional de Turismo e o Sistema Nacional de Turismo,

ficando este encarregue de incrementar o desenvolvimento do turismo a nível nacional.

No decorrer do anos tornou-se fundamental adequar as diretrizes do turismo e, por isso, a década de 1990 foi marcada por mudanças nesse âmbito. Em 1994, foi criado o Plano Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), que ficou encarregue de promover a descentralização das atividades de planeamento para os municípios, através de uma horizontalização das diretrizes e ações para a Política Nacional de Turismo. O objetivo era simples: os municípios contruírem políticas municipais de turismo de acordo com os seus interesses, mas tendo como circunscrição a Política Nacional de Turismo (DIAS, 2000). No ano de 1996, deu-se um marco histórico no turismo brasileiro com o lançamento da Política Nacional de Turismo: diretrizes e programas, com um conjunto de objetivos, ações, diretrizes e estratégias formuladas e executadas pelo Estado, com o preciso intuito de promover e incrementar o turismo como um motor. Este motor geraria emprego, capital e desenvolvimento social (Cruz, 2000).

Em 2000, após um balanço feito pelo Governo Federal, chegou-se à conclusão de que os objetivos da Política Nacional de Turismo foram alcançados, depois de perceberem que a atividade turística contribuiu para a geração de emprego e capital e, ainda, com o desenvolvimento das regiões menos favorecidas do Brasil. Desde 2003, as políticas públicas de turismo ganharam uma nova configuração através do Ministério do Turismo (MTur) e da criação do Plano Nacional de Turismo – PNT 2003/2007. Isto permitiu que o setor do turismo ficasse com uma pasta própria, além de estrutura e orçamentos específicos, o que significa uma grande evolução no setor. Nesta nova configuração, o Ministério do Turismo (MTur) ficou responsável pela política nacional de desenvolvimento do turismo, pela promoção e divulgação do turismo brasileiro (interna e externamente) e pelo planeamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e programas de incentivo ao turismo (Dreher e Salini, 2008).

Após um longo período de árduo trabalho neste sentido e, tendo em conta que os objetivos deste programa foram alcançados, o Governo Federal decidiu continuar este processo e ampliou os esforços para o nível regional. Desta

forma, em 2004, foi criado o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (Dreher e Salini, 2008). Com o objetivo de regionalização do turismo, o Brasil, a partir de 2004, tem direcionado as suas políticas públicas de desenvolvimento turístico, através do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, com um planeamento participativo, com o objetivo de coordenar o processo de desenvolvimento turístico de forma regionalizada.

A título de exemplo, após o lançamento do Programa de Regionalização, o Estado de Santa Catarina, passou a adotar as suas diretrizes, muito embora o seu território já estava dividido em regiões turísticas, há já algum tempo (Dreher e Salini, 2008). Em 2008, o Governo do Estado de Santa Catarina, na prossecução da descentralização, dividiu a gestão política deste mesmo Estado em trinta e seis Secretarias de Desenvolvimento Regional. O objetivo destas secretarias é implementar um modelo de desenvolvimento, que integre as propensões regionais e as potencialidades locais (Pires, 2005). Esta integração deve-se às várias características e contrastes encontrados ao longo do Estado de Santa Catarina. Perante estas peculiaridades, esta divisão consistiu numa visão político-administrativa que, redesenhou o território do Estado de Santa Catarina em regiões de desenvolvimento, agrupando um conjunto de municípios com características, económicas, culturais e sociais semelhantes. Estas regiões passaram a constituírem-se em polos de desenvolvimento, culminando com a realização de projetos relevantes definidos pelos próprios agentes locais.

Em jeito de conclusão, apesar de o Brasil ser considerado por muitos como um país em desenvolvimento, comparativamente com outros países da região da América Latina e do Caribe, e no que respeita ao setor do turismo, o Brasil tem se empenhado no desenvolvimento deste setor.

## **Conclusões e recomendações**

No cenário atual, a crise pandémica gerada pela COVID-19 trouxe à tona uma ideia importantíssima: tudo é variável e, portanto é necessário que os governos locais desta região, bem como de todo o mundo, se adaptem constantemente às novas realidades. Assim sendo, as decisões tomadas pelos governos locais da região da América Latina e do Caribe podem ditar ou a bonança ou, pelo contrário, a intensificação da crise económica, social e política. Abordei no presente estudo a possibilidade de os governos locais desta região implementarem políticas públicas de turismo face à, na minha opinião, ineficiência no aproveitamento deste setor na América Latina e no Caribe.

Apesar de as questões destacadas neste estudo não terem sido exaustivamente abordadas, este foi feito com o intuito de enfatizar algumas das políticas públicas de turismo, que os governos locais da América Latina e do Caribe devem tomar e debruçar-se para desenvolverem a atividade turística na região e, conseqüentemente promoverem o desenvolvimento político, económico e social da mesmíssima região. Dada a importância do setor para esta região, quer ao nível do emprego como da atração de investimento estrangeiro (por exemplo), os governos locais da América Latina e Caribe jamais podem ficar parados na esperança de que a atividade turística, por si só, se desenvolva da melhor forma possível.

## **Bibliografia**

ANSARAH, M. G. D. R. (2001). Como Aprender Turismo Como Ensinar. *São Paulo: Editora Senac*;

Baumol, William J. 1977. "On the Proper Cost Tests for Natural Monopoly in a Multiproduct Industry". *The American Economic Review* 67 (5): 809-22;

Benner, Maximilian. 2013. "Towards a Policy to Promote Tourism Clusters". MPRA Paper n.º 43924;

Berg, Sanford V., e John Tschirhart. 1988. *Natural Monopoly Regulation: Principles and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press;

Blair, Robert. 2002. "Policy Tools Theory and Implementation Networks: Understanding State Enterprise Zone Partnerships". *Journal of Public Administration Research and Theory* 12 (2): 161-90;

Blake, Adam, e Thea Sinclair. 2007. "The Economic Rationale for Government Intervention in Tourism". Report for the Department for Culture, Media and Sport;

Bonham, Carl, e James Mak. 1996. "Private Versus Public Financing of State Destination Promotion". *Journal of Travel Research* 35 (2): 3-10;

Candela, Guido, Paolo Figini, e Antonello E. Scorcu. 2008. "The Economics of Local Tourist Systems". In *Tourism and Sustainable Economic Development: Macroeconomic Models and Empirical Methods*, eds. Rinaldo Brau, Alessandro Lanza, e Stefano Usai. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 72-88;

Cooper, Chris, e Colin Michael Hall. 2008. *Contemporary Tourism: An International Approach*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann;

Costa, C. S. (2015). *Instrumentos de políticas públicas do turismo: uma análise empírica dos municípios portugueses*;

Cunha, Licínio, e António Abrantes. 2013. *Introdução ao Turismo*. 5ª Edição. Lisboa: Lidel Edições Técnicas;

- da Cruz, R. D. C. A. (2000). *Política de turismo e território*. Contexto;
- Dias, R. (2000). *Planejamento Do Turismo: Política E Desenvolvimento Do Turismo No Brasil*. Editora Atlas SA;
- Dodd, J. D., & Boyd, M. H. (2000). Capacity building: Linking community experience to public policy. Halifax, Nova Scotia: Population and Public Health Branch, Atlantic Regional Office. *Health Canada*;
- Dreher, M. T., & Salini, T. S. (2008). Regionalização e políticas públicas no turismo: proposta bem (in) tencionada distante da práxis!. *IN: V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. SEMINTUR–Turismo: inovações da pesquisa na América Latina, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, Brasil, 27*;
- Dwyer, Larry, e Peter Forsyth. 1993. "Government Support for Inbound Tourism Promotion: Some Neglected Issues". *Australian Economic Papers* 32 (61): 355-74;
- Faulkner, Bill H. 2005. "Developing Strategic Approaches to Tourism Destination Marketing: the Australian Experience". In *Global Tourism*, ed. William F. Theobald. 3th Edition. Burlington, MA: Elsevier ButterworthHeinemann, 326-45;
- Ffrench-Davis, R., Leiva, P., & Madrid, R. (1992). Liberalización comercial y crecimiento: la experiencia de Chile, 1973-89. *Pensamiento Iberoamericano*, 21, 33-55;
- Forsyth, Peter, e Larry Dwyer. 2002. "Market Power and the Taxation of Domestic and International Tourism". *Tourism Economics* 8: 377-99;
- Friedrich Carl, J. (1963). *Man and His Government*;
- Gee CH, Fayos E (1997). *International tourism a global perspective*. Publisher Word Tourism Organization in cooperation with WTO Educational Network, Spain;
- Gooroochurn, Nishaal, e Thea Sinclair. 2005. "Economics of Tourism Taxation: Evidence from Mauritius". *Annals of Tourism Research* 32 (2): 478-98;

Hall, Colin Michael, Dieter K. Müller, e Jarkko Saarinen. 2009. Nordic Tourism: Issues and Cases. Bristol, UK: Channel View Publications;

Hall, Colin Michael. 2008. Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships. 2nd Edition. Harlow, England: Pearson/Prentice Hall;

Jamieson, Walter. 2001. Promotion of Investment in Tourism Infrastructure. New York: United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific;

Jeffries, David. 2001. Governments and Tourism. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann;

Krozer, Yoram. 2011. "An Essay on Tourism and Natural Resources: a Cause of Political Conflicts". *Teoría Y Praxis* 10: 99-110;

Liang, Mingzhu, e Wei Wang. 2010. "Study on Government Regulation of Public Tourist Attraction Developing and Protecting". School of Management, Jinan University, Guangzhou, P. R. China;

Mak, James, e Walter Miklius. 1989. "State Government Financing of Tourism Promotion in the U.S". Working Paper n.º 89-21. Honolulu HI: Department of Economics, University of Hawaii at Manoa;

Michael, Ewen J. 2001. "Public Choice and Tourism Analysis". *Current Issues in Tourism* 4 (2): 308-30;

Mulder, N. (2009). *Weak links between exports and economic growth in Latin America and the Caribbean*. ECLAC;

Pasquali, Marina. 2020. <https://es.statista.com/grafico/22103/arribos-de-turistas-en-latinoamerica-y-el-caribe-tras-la-pandemia/>. Statista;

Perry, David C. 2003. "Urban Tourism and the Privatizing Discourses of Public Infrastructure". In *The Infrastructure of Play: Building the Tourist City*, ed. Dennis R. Judd. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe, 19-49;

Pires, A. (2005). *Descentralização do governo e desenvolvimento regional: um caminho para a democracia participativa*;

Rigall-I-Torrent, Ricard. 2008. "Sustainable Development in Tourism Municipalities: The Role of Public Goods". *Tourism Management* 29 (5) 883-97;

Rodriguez, A. E., e J. Murdy. 2006. "Anti-Competitive Practices in the Tourism Industry: the Case of Small Economies". *Journal of Business & Economics Research* 4 (10): 43-9;

Ryan, Peter e Pongsak Hoontrakul. 2004. "An Economic Analysis of the Tourism Industry: Implications of the Online Travel Intermediary". *Chulalongkorn Journal of Economics*;

Sakai, Marcia. 2006. "Public Sector Investment in Tourism Infrastructure". In *International Handbook on the Economics of Tourism*, eds. Larry Dwyer, e Peter Forsyth. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 266-79;

Salamon, Lester M. 2002a. "The New Governance and the Tools of Public Action". In *The Tools of Government: A Guide to the New Governance*, eds. Lester M. Salamon, e Odus Elliott. Oxford: Oxford University Press, 1-47;

Santos, José Albano. 2012. *Economia Pública*. 2.<sup>a</sup> Edição. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas;

Scott, Noel. 2011. *Tourism Policy: a Strategic Review*. Woodeaton, Oxford: Goodfellow Publishers;

The World Bank. <https://data.worldbank.org/>;

Tribe, John. 2011. *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann;

Van Doorn, A. J., & Koenderink, J. J. (1982). Temporal properties of the visual detectability of moving spatial white noise. *Experimental Brain Research*, 45(1), 179-188;

Veal, Anthony J. 2003. *Leisure and Tourism Policy and Planning*. Wallingford, Oxon, UK: CABI Publishing;

Veal, Anthony J. 2006. "Economics of Leisure". In *A Handbook of Leisure Studies*, eds. Chris Rojek, Susan M. Shaw, e Anthony J. Veal. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 140-61;



Wanhill, Stephen. 2005. "Role of Government Incentives?" In *Global Tourism*, ed. William F. Theobald. 3th Edition. Burlington, MA: Elsevier Butterworth-Heinemann, 367-90;

Weimer, David L., e Aidan R. Vining. 2005. *Policy Analysis: Concepts and Practice*. 4th Edition. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall.