

Citar: Apellidos, N. (2015) "Título", en: González García, E.; García Muñiz, A.; García Sansano, J. e Iglesias Villalobos, L. (Coords.). *Mundos emergentes: cambios, conflictos y expectativas*. Toledo: ACMS, pp. ....

## **PODERES PÚBLICOS E POLÍTICA DE TURISMO NA IMPLEMENTAÇÃO DO NOVO MODELO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO EM PORTUGAL**

**Pedro Simões.** *Instituto Universitário da Maia – ISMAI*

**Eduardo Cordeiro Gonçalves.** *Instituto Universitário da Maia – ISMAI*

### Resumen

Considerando o novo modelo de desenvolvimento turístico que tem vindo a ser implementado em Portugal com sistematização desde a década de 1990, propomos uma análise da política de turismo prosseguida pelos poderes públicos na espessura temporal que abarca a transição para o novo milénio. Tendo como marco teórico a avaliação política da “estrutura da escolha pública” proposta por Ewen Michael (2001) e sobre a tomada de decisão e a “inevitável politização do turismo” assinalada por Keller (1999), propomos abordar a problemática da promoção externa do turismo português a partir da ação pioneira do ICEP - Investimento Comércio e Turismo de Portugal. A par, propomos dilucidar o significado do “Relatório Wolff Olins” sobre a perceção do destino Portugal, referenciado à entrada da década de 1990 como um país de assimetrias e contrastes, pese embora detentor de um significativo ativo a explorar, especialmente no que respeita às suas características territoriais, culturais e patrimoniais únicas.

Deste ponto charneira propomos partir para a análise da construção do novo modelo de desenvolvimento turístico, que teria que ultrapassar a centralidade da dependência do produto “sol e mar”, bem como dos estigmas da sazonalidade, da dependência de um número exíguo de mercados e da desqualificação larvar da mão de obra. Naturalmente que nesta fase é essencial a perceção dos impactos dos apoios comunitários que vêm contribuir para que se consubstancie o novo modelo respaldado num desenvolvimento estratégico assente na “qualidade da oferta”, na qualificação da mão de obra e na diversificação dos produtos e dos mercados. Todas estas medidas vão ser complementadas com a assunção de um verdadeiro “programa de turismo e património cultural”.

Em suma, a proposta que se apresenta tem como lastro a reflexão sobre as transformações operadas que consubstanciam novas dinâmica nas relações entre a indústria do turismo e o Estado, cuja ação transversal e em parceira com o setor privado passou a potenciar a oferta turística.

Palavras-chave: Turismo; políticas turísticas; poderes públicos;

### **Introdução**

O tema dos poderes públicos e das políticas de turismo está imbricado na ação do Estado e nas dinâmicas de política económica que incidem no “controle da oferta turística” (Brazinha, 2007) e na correlativa ativação da procura. Deste modo, o papel dos poderes públicos face ao mercado e á sua contextualização no âmbito do sistema turístico assumem-se também como ponto de convergência de interesses diversificados. Demais, o papel do Estado no turismo está plasmado no planeamento e na facilitação da atividade turística, incluindo os apoios, incentivos e financiamento, bem como a supervisão da indústria acrescida da posse direta ou da operação de setores da mesma e na promoção interna e externa do país turístico (Holloway, 1999).

Ora, na formulação de uma política para o turismo os Governos assumem, desde logo, funções de coordenação interministerial, por um lado, mas também fazem incidir a sua ação de coordenação no setor privado (Hall, 2000; Brazinha, 2007). Outro atributo da ação governativa tem a ver com o planeamento inscrito em planos nacionais de turismo que devem apontar prioridades e estratégias para consubstanciarem o modelo de desenvolvimento turístico, cabendo aos poderes públicos a responsabilidade de garantir a sua execução. Os Governos devem ainda acompanhar e intervir no âmbito da legislação e regulação, mormente no que reporta à política de proteção ambiental, às questões laborais para o setor e à defesa do respeito pelos princípios de ética para o turismo.

---

<sup>1</sup> Doctorado de la Universidad de Oporto (Portugal); Profesor en el Instituto Universitario de Maia - ISMAI (Portugal); Coordinador del GR1 - Turismo, Identidades y Patrimonio Cultural (CETRAD, I+D 4011 / Fundación para la Ciencia y la Tecnología / Portugal); E-mail: [egoncalves@ismai.pt](mailto:egoncalves@ismai.pt)

<sup>2</sup> Doctorado por la Universidad San Pablo CEU (España); Profesor del Instituto Universitario de Maia - ISMAI (Portugal); Investigador GR1 - Turismo, Identidades y Patrimonio Cultural (CETRAD, I + D 4011 / Fundación para la Ciencia y la Tecnología / Portugal); E-mail: [psimoes@ismai.pt](mailto:psimoes@ismai.pt)

## 2. Referencial teórico

Como referencial teórico consideramos, desde logo, a avaliação política da “estrutura da escolha pública” proposta por Ewen Michael (2001), a par da tomada de decisão e da “inevitável politização do turismo” assinalada por Keller (1999), tudo isto com incidência na identificação dos recursos, na planificação e na estruturação do turismo a partir de opções eminentemente políticas. Por sua vez, a tomada de decisões deve ser acompanhada por uma “investigação avaliadora”, como propõe Veal (1997).

Para este marco referencial são considerados ainda outros autores que abordam o papel dos poderes públicos no turismo, nomeadamente Hefner (2001) com a análise que faz da questão do custo versus benefício; Ian Henry (1999) que sublinha a questão dos efeitos da globalização na nova doutrina da gestão pública; Keller, Hall Rubies e Jeffreyes (2001) com estudos sobre as parcerias entre os setores público e privado; Snaith (1999) que adianta os objetivos estratégicos para o turismo de um Governo local; Kirdar (1997), Fredline e Faulkner (2000) que refletem o posicionamento do Estado ao encarar o turismo como um sistema; Costa (1996), Pearce (1997) ou Moutinho (2000) que reposicionam o planeamento do turismo; bem como Cooper (1998), Morgan (1999) e Buhalis (2000) com as suas reflexões em torno das organizações nacionais do turismo como parte integrante do Estado.

## 3. Desafios para uma promoção externa de Portugal

Considerando as origens da preparação e implementação do novo modelo de desenvolvimento turístico em Portugal, somos levados a refletir em torno da análise da política de turismo prosseguida pelos poderes públicos na espessura temporal que abarca a transição para o novo milénio.

Com efeito, nos inícios dos anos 90 do século passado pressentia-se já a necessidade de criação de um novo modelo de desenvolvimento turístico para Portugal que extravasa-se as intervenções comunitárias para o nosso turismo no âmbito do I Quadro Comunitário de Apoio (1989-1993), medidas que incidiram nas questões do alojamento, nas infraestruturas de transportes e na formação profissional (Costa, *et al.* 2001). No plano dos incentivos, logo em 1992, tornou-se necessária a atualização do Sistema de Incentivos Financeiros ao Investimento no Turismo (SIFIT – II; Decreto 215/92 de 13 de outubro), com o objetivo de diversificar a oferta turística, bem como da remodelação e modernização dos equipamentos turísticos existentes e a criação de novos empreendimentos. Aliás, esta política de incentivos ao turismo tinha sido inaugurada já em 1987, no âmbito do Fundo Europeu para o Desenvolvimento Regional – FEDER (Decreto 420/87 de 31 de dezembro), com vista á correção de assimetrias regionais larvares no que ao turismo diz respeito. Deste modo, a indústria turística passa a ser considerada de importância capital para o desenvolvimento regional,

especialmente para as regiões que apresentavam uma estrutura de desenvolvimento mais débil, mas com um efetivo potencial de desenvolvimento turístico. O *Programa de Desenvolvimento Regional* então prosseguido considera já o turismo como “importante instrumento de política regional”. Neste seguimento, com o primeiro *Plano Nacional de Turismo* português (1985-1988) assinalam-se prioridades regionais específicas, mormente as relativas ao termalismo, turismo rural, turismo de habitação e agro turismo (PNT- Relatório, 1988).

À entrada da última década do século XX, a promoção externa do país turístico competia ao Instituto de Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, cuja ação era complementada pela Direção Geral de Turismo que regulava a oferta interna, num tempo em que o turismo atinge o peso de cerca de quase 6% do Produto Interno Bruto (PIB). Prosseguindo a ação do Instituto de Promoção Turística e dos centros de turismo de Portugal, a partir de 1992, a promoção externa do turismo português passa a contar ainda com a ação pioneira do ICEP - Instituto do Comércio Externo de Portugal, tutelado pelo Ministério do Comércio e Turismo, cuja ação é dedicada à promoção e divulgação dos produtos, equipamentos e serviços de origem portuguesa.

Ainda no início da década de 1990, sob o signo do “Relatório Wolff Olins” que aponta a perceção do destino Portugal, temos uma primeira evidência sistematizada que revela um país de assimetrias e contrastes, pese embora detentor de um significativo ativo a explorar, especialmente no que respeita às suas características territoriais, culturais e patrimoniais únicas.

Aquele relatório, encomendado pelo Governo português da época sobre a perceção de Portugal no exterior acabou por evidenciar uma imagem do país turístico muito colada ao Algarve, um país de contrastes, mas com paisagens únicas, um país com tradições milenares, seguro, conservado. A par, o relatório elenca as fragilidades, nomeadamente no que reporta a acessibilidades, à má sinalização turística, à construção “descontrolada” à “confusão nas imagens que divulgam o país”. Adveio do estudo uma ideia central para um modelo de desenvolvimento turístico para Portugal, um país onde “o Atlântico encontra a Europa; um país cheio de Sol, verde, orgulhoso da sua história, conservador dos seus valores tradicionais e do seu património... um país com uma cultura rica... um povo hospitaleiro” (ICEP, 2000).

#### **4. A construção do novo modelo de desenvolvimento turístico**

Porém, continua latente, à entrada da década de 1990, a necessidade de se estruturar um novo modelo de desenvolvimento turístico. A própria avaliação do II QCA alerta para os desequilíbrios estruturais do sector do turismo português, nomeadamente para a dependência do produto “sol e praia” com a concentração da oferta no Algarve, Lisboa e Madeira, para a sazonalidade, a concentração num número reduzido de mercados e para a escassez de mão de obra qualificada, entre outros.

Assim, com o apoio do FEDER e do Fundo Social Europeu (FSE), o subprograma Turismo e Património Cultural põe em marcha várias medidas que incidem sobre a “modernização e diversificação da oferta turística; no alojamento turístico em edifícios histórico-culturais; na formação; na valorização do património cultural; nos museus e outros equipamentos culturais; no turismo juvenil”.

Na busca de uma oferta turística integrada era necessário ultrapassar o modelo de crescimento turístico dos anos de 1980, tal como fica consignado no *Relatório de Execução da Intervenção Operacional Turismo e Património* (1994), fazendo assentar o novo modelo em quatro segmentos de “desenvolvimento estratégico”: i) “Aumento da qualidade da oferta”; ii) “Melhoria do profissionalismo”; iii) “Diversificação dos produtos”; iv) “Diversificação do mercados” (DGDR, 1995). Estas medidas foram enquadradas e patrocinadas pelo Quadro Comunitário de Apoio, nomeadamente através do FEDER e do FSE. De realçar também a criação, em 1995, da Confederação

do Turismo Português cuja ação veio dar uma nova “dinâmica” ao associativismo empresarial da área do turismo.

Em 1996, a Direção Geral de Turismo apresentou o *Inventário de Recursos Turísticos* do país, documento que vem contribuir, sobremaneira, para a consciencialização das potencialidades da oferta turística nacional. Nas *Grandes Opções do Plano* para aquele ano destaca-se a atenção dada à modernização e à requalificação do alojamento, à melhoria de infraestruturas e à recuperação do património histórico-cultural, isto a par do progressivo incentivo ao Turismo em Espaço Rural (TER). Com a publicação das *Linhas Orientadoras para a Política de Turismo em Portugal*, em 1998, é sublinhada a reorganização institucional, a formação, o ordenamento do território e a vertente do turismo cultural. De realçar, no mesmo ano, a aprovação do *Plano Estratégico para o Turismo Interior Portugal-Espanha*, operacionalizado através de estratégias regionais e de produtos já a anunciar a tendência da segmentação do mercado turístico.

A partir de 1999, o antigo Fundo de Turismo passou a apoiar: Programas de Aldeias Históricas; Programas de Itinerários Arqueológicos do Alentejo e Algarve; Projetos de Recuperação do Castelo de Lisboa, bem como dos Centros Históricos do Porto, Santarém, Évora, Sintra e Funchal; Projeto Integrado de Mértola, Itinerário Românico do Minho; entre outros.

As *Grandes Opções do Plano para 2001* contêm medidas que prosseguem a mesma filosofia de incremento turístico, de que é bom exemplo o “Porto Cidade Europeia da Cultura”. Neste ano, o Instituto de Financiamento de Apoio ao Turismo estabeleceu prioridades de patrocínio que incidiram em projetos empresariais de animação turística, de recuperação do património arquitetónico, histórico e cultural.

Estão, assim, lançadas, na fase final do século, as linhas de um novo paradigma de desenvolvimento turístico que o *Plano Estratégico Nacional de Turismo* (2006) veio consignar de forma indelével.

Ora, em termos internacionais lembre-se que, após Maastricht, o turismo cultural passou a inscrever-se com regularidade na agenda das políticas comunitárias para o turismo. Desde então tem-se prosseguido a redefinição do seu sentido estratégico no desenvolvimento global do turismo, de resto, como fica bem patente, por exemplo, na resolução nº 158 do Congresso (Câmara das Regiões), de 2004, sobre a promoção do turismo cultural como fator de desenvolvimento regional. De referir igualmente a produção de um documento do Comité Económico e Social Europeu, de Março de 2006, que realça a importância do turismo cultural na Europa e propõe, entre outras medidas, a criação de uma agência europeia do turismo coordenadora das políticas sobre o turismo na União. Demais, o turismo cultural pode e deve estar ao serviço da conservação e valorização do património cultural, pese embora o risco da colagem do património a interesses estritamente comerciais.

De acordo com o ICOM (Conselho Internacional de Museus) os objetivos que o turismo cultural deveria atingir reportam-se, no essencial, ao seguinte:

- Transmitir a importância do património cultural a anfitriões e visitantes;
- Respeitar as culturas anfitriãs;
- Facilitar e promover o diálogo entre os conservadores do património cultural e a indústria do turismo, com o objetivo último do desenvolvimento sustentável;
- Apoiar a conservação e gestão do património cultural;
- Formular padrões de intervenção no património cultural.

Para o ICOMOS (Conselho Internacional de Monumentos e Sítios), os princípios de ativação do turismo cultural não divergem muito:

- Um turismo cultural como veículo de intercâmbio cultural entre anfitriões e visitantes;

A gestão sustentável do património cultural e do seu aproveitamento turístico;  
A planificação da conservação e do turismo nos sítios com património cultural;  
Deve ainda implicar os anfitriões na planificação da conservação do património cultural;  
Beneficiar a comunidade anfitriã com a redistribuição equitativa dos benefícios do turismo;  
E, por último, proteger e sublinhar os valores do património cultural e natural.

E se estes princípios servem como guia de orientação política para o turismo cultural, não se pense, porém, que a conversão do turismo cultural em “metáfora de salvação de zonas de declínio” (Santos, 2002) seja uma panaceia; ao invés, o turismo cultural constitui tão-só uma das formas de desenvolvimento, por vezes complementar, sendo absolutamente necessário entendê-lo numa perspetiva “integral, endógena e participativa” (Santos, 2002), em ordem a um efetivo contributo para o tão anunciado desenvolvimento sustentável das regiões.

Deste modo, tal conceção abrangente da cultura permite o alargamento e a diversificação da oferta do turismo cultural. Enfim, a própria Organização Mundial do Turismo debruça-se regularmente sobre a questão da ética do turismo, tendo procedido, já em 1997, a um aprofundado cotejo em torno das políticas turísticas de vários países europeus. A própria Comissão Europeia, na sequência do “ano do turismo”, (1992), veio mais tarde a publicar o “Livro verde” (1995) sobre o “destino Europa”, tendo em vista, nomeadamente, o apoio ao desenvolvimento do Turismo em Espaço Rural. A Comissão trabalhou ainda as questões do efeito da indústria turística no mundo do emprego e a necessidade da implementação das novas tecnologia aplicadas ao setor.

Ainda uma outra Resolução do Conselho da Europa, a propósito do futuro do turismo europeu, datada de inícios de 2002, convida a Comissão, os Estados-Membros e os outros atores do setor do turismo, à reflexão sobre o reforço da posição e da imagem da Europa, partindo da diversidade e das potencialidades que ela oferece enquanto destino turístico, bem como sobre o modo de assegurar, ulteriormente, um crescimento durável do turismo europeu, concluindo pela necessidade de uma melhor coordenação do turismo a nível global.

Tempo ainda para relevarmos a importância dos itinerários enquanto resposta imaginativa e estruturante em torno do turismo cultural e do concomitante contributo para o desenvolvimento das regiões. No ensejo, refira-se que em meado dos anos 90 um grupo de trabalho do Conselho da Europa, apelidado “L’Europe continue”, formulava, em nota preambular ao seu relatório, três objetivos:

A tomada de consciência da cultura europeia pela viagem;

A relação entre a geografia cultural da Europa e as possibilidades de estabelecimento de redes turísticas;

A valorização turística dos grandes “foyers” e dos caminhos trilhados pela civilização europeia.

Ora, o consumo de património cultural como estratégia de auto sobrevivência e autodefinição do “local” que vende o “pensado como autêntico” leva-nos a falar em “economia da memória e da paisagem natural”. Em suma, o património cultural passa também a ser considerado como fator nodal da recomposição de identidades culturais; como cultura de permanência num tempo de efemeridade, o património cultural pode servir para conservar e preservar bens culturais; o património cultural tem ainda uma rentabilidade social e política, e não só uma rentabilidade económica (Santos, 2002).

As políticas visando o campo da articulação do turismo com o património e a herança cultural têm mudado substancialmente no próprio contexto da União Europeia, direcionadas cada vez mais para o apoio das instituições públicas aos serviços, à assistência técnica e à revitalização do próprio

património cultural, tendo como lastro duas estratégias-base de políticas de gestão do binómio turismo-cultura:

A adaptação da cultura ao turismo e aos turistas;

A adaptação do turismo e dos turistas à cultura (Pereiro Pérez, 2014).

O turismo cultural como concebido hoje foi resultado do desenvolvimento do ciclo de vida dos turismos convencionais (Santana Talavera, 2003), unido á complexidade atual da procura e de “clientes” potenciais que se enquadram numa dicotomia modernidade/pós-modernidade. Para a reputada antropóloga Margarita Barretto, o legado cultural transformado em produto para o consumo perdeu o seu significado – a cultura deixa de ser importante por si mesma e passa a ser importante pelas suas implicações económicas. Deste modo, “a história não é importante porque mostra as raízes, mas porque traz dinheiro” (Barretto, 2007). A tentativa de transformação da cultura local num produto consumível pressupõe uma discussão sobre o que é autêntico e o que o não é, o que é realidade cultural local e o que vem a ser apresentado como cultura-espetáculo ao turista.

Hoje fala-se também em pós-turista atraído pela experiência e pela participação em culturas distintas, referindo-se a oferta de cultura como experiência individual. E aqui é recolocada a problemática da autenticidade, considerada como uma construção contextualizada nas próprias experiências do sujeito. Estes referenciais vão, pois, matizar a construção do novo modelo turístico português construído a partir dos elementos diferenciadores do país face a outros destinos concorrentes, cuja tónica é posta na cultura e na tradição, no endógeno e no único.

#### **A consolidação do modelo: O Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT)**

Depois de uma primeira tentativa de implementação de um *Plano Nacional para o Turismo* em Portugal (1985-1988), em 2007 o Governo português reconheceu, a partir do enfoque normativo, a relevância do Turismo no país ao aprovar o *Plano Estratégico Nacional do Turismo* (Resolução do Conselho de Ministros nº 53/2007, de 4 de abril). O fundamento para a elaboração deste documento está consubstanciado no fato do turismo ser uma das principais indústrias da economia portuguesa, cujo peso tomou proporções de primeiro plano e levou o turismo a assumir-se como um dos grandes impulsionadores do desenvolvimento social, económico e ambiental a nível regional e nacional. Esta relevância acabou por conduzir o turismo ao estatuto de “política pública”, enquanto setor estratégico na economia nacional, cujas bases e instrumentos de execução ficaram plasmados na Lei de Bases do setor (Decreto-Lei nº 191/2009, de 17 de agosto). Deste modo, enquanto política pública, o turismo passa a ser assumido como uma das tarefas nodais dos poderes públicos com objetivos de vinculação de “todos os agentes e de todos os setores de propriedade dos meios de produção”.

Representando, em 2009, mais 11% do PIB e dando emprego a mais de meio milhão de pessoas, o turismo passa a afirmar-se em consonância com os três pilares da sustentabilidade, sendo apontadas como áreas prioritárias de incidência das políticas públicas de turismo os transportes e acessibilidades, a qualificação da oferta, a promoção, o ensino e formação profissional e a política fiscal, erigindo a competitividade dos agentes económicos como fator “determinante do desenvolvimento do turismo”.

#### **Concluindo**

Este tempo charneira permitiu, assim, a consubstanciação do novo modelo de desenvolvimento turístico que teve que ultrapassar a centralidade da dependência do produto “sol e mar”, bem como dos estigmas da sazonalidade, da dependência de um número exíguo de mercados e da desqualificação larvar da mão de obra. Naturalmente que nesta fase é essencial a perceção dos impactos dos apoios comunitários que vêm contribuir para que se consolide o novo modelo respaldado num desenvolvimento estratégico e na “qualidade da oferta”, na qualificação da mão de obra e na

diversificação dos produtos e dos mercados. Todas estas medidas passaram a ser complementadas com a assunção de um necessário “programa de turismo e património cultural”.

Em suma, a proposta que se apresenta tem como lastro a reflexão sobre as transformações operadas que fundamentam nova dinâmica nas relações entre a indústria do turismo e o Estado, pautadas por uma ação transversal e em parceria com o setor privado que passou de forma indelével a potenciar a oferta turística.

## Bibliografia

- Barretto, M. (2007). *Cultura e turismo*. São Paulo: Papirus Editora.
- Brazinha, M. (2007). *Turismo: organização e gestão*. Lisboa: Escolar Editora.
- Buhalis, D. (2000). “Marketing the competitive destination of the future”. *Tourism Management*, 21 (1):97-116.
- Cooper, C., et al. (1998). *Turismo, princípios e práticas*. Porto Alegre: Art,med.
- Costa, C. et al. (2001). *Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente do turismo*. Aveiro: UA.
- ICEP (2000). *Relatório de atividades 1999*. Lisboa: ICEP.
- Hall, C. M. (200). *Tourism planning – Policies, processes and relationships*. Harlow: Prentice Hall.
- Holloway, J. C. (1999). *The Business of Tourism*. 5th edition, London: Addison Wesley Longman.
- Kirdar, I. (1997). *Tourism market segmentation for national tourism organizations [...]*. Guildford: University of Surrey.
- Michael, Ewen (2001). “Public choice and tourism analysis”. *Current Issues in Tourism*, 4 (2-4): 308-328.
- Moutinho, L. (2000). *Strategic management in tourism*. Oxon: CABI.
- Pereiro Pérez, X. (2014). *Turismo cultural. Uma perspetiva antropológica*. Maia: Edições ISMAI e Cedtur.
- Pina, Paulo (1988). *Portugal: o turismo no século XX*. Lisboa: Lucidus Publicações.
- Portugal. Direção Geral do Turismo (1994). *As políticas de turismo para os anos 90*. Lisboa: DGT.
- Portugal. Direção Geral do Turismo (1998). *Apresentação do estudo: Plano estratégico para o turismo interior Portugal-Espanha*. Lisboa: DGT.
- Portugal. Direção Geral do Turismo (1997). *O turismo português em 1995*. Lisboa: DGT.
- Portugal. Direção Geral do Turismo (1998). *Linhas orientadoras para a política de turismo em Portugal*. Lisboa: DGT.
- Portugal. Secretaria de Estado do Turismo (1988). *Plano Nacional de Turismo – 1985-1988: relatório*. Lisboa: SET.
- Portugal. Ministério da Economia e Inovação (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Lisboa: Portugal.
- Portugal. Direção Geral do Desenvolvimento Regional (1995). *Intervenção operacional turismo e património cultural – relatório de execução de 1994*. Lisboa: DGDR.
- Santana Talavera, A. (2003). “Turismo Cultural, Culturas Turísticas”. *Horizontes Antropológicos*, 9 (20).
- Santos, F. (2002). *Turismo, mosaico de sonhos*. Lisboa: Edições Colibri.
- Veal, A. J. (1997). *Research methods for leisure and tourism. A practical guide*. Essex: Longman.
- Snaith, T. G. (1999). *The development of a computer-based objectives [...]*. Guildford: University of Surrey.