

O lazer ativo como fator de atração turística na cidade de Florianópolis

Dr. Marco Aurélio Avila (UESC) - marco@ativanet.com.br
Dr. José Hernandez Moreno (ULPGC) - pepemoreno788@hotmail.com
Dr. José Manoel Gonçalves Gândara (UESC) - jmggandara@jahoo.com.br

Este artigo, elaborado a partir de minha tese de doutorado, buscou destacar a necessidade de adoção de novas estratégias de desenvolvimento de Florianópolis, visando adaptar a atividade turística da cidade às profundas transformações verificadas no mercado e para o aumento de qualidade de vida de seus residentes. O objetivo principal foi colaborar com o processo de desenvolvimento turístico sustentável em Florianópolis, baseado na integração do lazer ativo à atividade turística. Os fatores resultantes, elaborados a partir do processo de planejamento turístico estratégico, sugeriram a reestruturação do produto turístico de Florianópolis, com a adoção de medidas específicas para as diferentes regiões da cidade, e também para as distintas épocas do ano. Tem-se a perspectiva que as propostas sejam incorporadas ao processo de planejamento turístico de Florianópolis e desta forma venham a colaborar com a adoção de um modelo social/turístico mais sustentável.

Palavras chave: Lazer ativo, Planejamento turístico estratégico, Desenvolvimento sustentável.

1. Introdução

Este artigo abordará principalmente as possibilidades de integração do lazer ativo com a atividade turística da cidade de Florianópolis. Em função dos aportes teóricos relacionados com este artigo já haverem sido publicados anteriormente, serão priorizados os resultados e propostas obtidas no estudo.

O turismo tem sido considerado um aspecto importante para o desenvolvimento regional em diversas áreas do mundo. Na atualidade, os estudos demonstram que esta atividade pode não ser tão benéfica para as sociedades receptoras como possa parecer. Florianópolis é uma cidade na qual o turismo surgiu como salvação econômica e recentemente começam a aparecer os problemas mais graves ocasionados por ele.

O processo de desenvolvimento turístico na cidade ocorreu rapidamente. A atividade turística está caracterizada, principalmente, pela concentração do turismo no verão, por uma forte associação da imagem turística com a qualidade e variedade de suas praias, assim como por uma visível falta de planejamento.

A adoção de novas estratégias de desenvolvimento turístico é essencial para adaptar o setor às profundas transformações verificadas no mercado. Por este motivo, a melhora na qualidade, a diversificação e a seleção de produtos turísticos adequados e interessantes para a cidade são fatores fundamentais para o êxito em longo prazo, entretanto destaca-se que a implantação de novas propostas relacionadas com a integração do lazer ativo com a atividade turística no destino Florianópolis justifica-se não somente pela melhora na atratividade e qualidade turística, mas pelo aumento das possibilidades de lazer aos residentes.

2. Desenvolvimento

Em razão dos problemas abordados resumidamente na introdução e a fim de colaborar com o processo de desenvolvimento turístico sustentável de Florianópolis, buscou-se adotar uma estrutura metodológica para selecionar e organizar as propostas mais adequadas para alcançar os objetivos propostos. Inicialmente foi realizado um estudo bibliográfico que não será abordado neste artigo.

Os resultados e propostas, foco principal deste estudo, foram obtidos a partir do processo de planejamento turístico estratégico, que consiste resumidamente em promover uma análise do entorno (interno e externo). A partir deste diagnóstico foi elaborada uma matriz de avaliação estratégica específica com a finalidade de promover a integração do lazer ativo à atividade turística de Florianópolis. Os fatores resultantes da matriz foram utilizados para a elaboração das propostas.

O processo de planejamento turístico estratégico previsto, propõe uma seqüência operacional que está representada na figura 1. Como se trata de uma investigação acadêmica, as etapas finais (desenvolvimento e controle) foram meramente didáticas. Por esta razão optou-se, por realizar uma reflexão teórica junto com a apresentação das propostas e sugestões, a fim de colaborar com a execução destas etapas no futuro.

Figura 1: Processo de planejamento estratégico



Fonte: Adaptação Sainz de Vicuña (1999)

Colocar em prática uma proposta com estas características requer uma ação de distintos níveis da esfera pública, privada e da sociedade organizada, que vai desde a seleção de atividades, programas e eventos, até a seleção das áreas que farão parte do planejamento. As estratégias selecionadas apresentam ampla abertura para debate e colaboração futura, ou seja, devem ser discutidas pelos setores envolvidos no desenvolvimento turístico da cidade. Solidariedade, apoio mútuo, cooperação e gestão democrática são considerados essenciais para o conjunto de propostas e sugestões resultantes deste processo.

Análise do entorno

Nesta primeira fase do processo de planejamento estratégico efetuou-se um diagnóstico através da realização do DAFO. No caso deste estudo não foi necessário realizar um inventário, já que, as informações sobre os recursos naturais, históricos, artísticos e sócio-culturais, assim como as atrações turísticas, serviços e infraestrutura da cidade encontram-se amplamente catalogados e divulgados.

Através da utilização da análise DAFO foram determinadas as Dificuldades (pontos fracos), Ameaças, Fortalezas (pontos fortes) e Oportunidades relacionadas com o destino turístico Florianópolis e selecionados os fatores mais significativos para o estudo.

Seguindo os passos previstos por Sainz de Vicuña (1999), a realização do diagnóstico, teve a intenção de identificar e, principalmente, de dar valores (de 0 a 3 pontos) para as Dificuldades (pontos fracos), as Ameaças, as Fortalezas (pontos fortes) e as Oportunidades do destino turístico Florianópolis, a partir de sua possibilidade e sua importância/gravidade. De acordo com o autor, *a possibilidade*

refere-se a que as Dificuldades (pontos fracos), Ameaças, Fortalezas (pontos fortes) e Oportunidades manifestem-se com total segurança (valor 3), muito possivelmente (valor 2), possivelmente (valor 1) ou raramente (valor 0). A outra variável refletida, a *importância*, os valores foram estabelecidos como segue: assegura-se ou quase se assegura o seu cumprimento (valor 3), incidência muito favorável (valor 2), incidência favorável (valor 1) e se sua relevância é praticamente nula (valor 0). Resumidamente, nesta etapa foram determinados os aspectos mais significativos a serem considerados no momento de elaborar as propostas e sugestões.

O resultado destas etapas está representado no quadro 1, em que foram ordenados os aspectos considerados mais significativos para o estudo. Este quadro foi denominado Matriz de avaliação estratégica para a integração do lazer ativo a atividade turística na cidade de Florianópolis.

Quadro 1: Matriz de avaliação estratégica para a integração do lazer ativo a atividade turística na cidade de Florianópolis

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
----------------------	----------------

O1	As novas tendências no comportamento e atitudes do consumidor turístico; e o conseqüente crescimento de novos produtos turísticos alternativos (esportes, natureza e saúde).	A1	Mudanças recentes no comportamento dos turistas que agora valorizam muito a qualidade dos recursos naturais dos destinos.
O2	Possível integração do produto principal (sol e praia) com produtos periféricos e complementares.	A2	Rápida segmentação da demanda.
O3	O fato de que a cidade seja amplamente conhecida nacionalmente e nos países do MERCOSUL.	A3	Possibilidade de prejuízo na imagem turística da cidade em razão do aumento de impactos ambientais.
O4	Proximidade geográfica com mercados turisticamente importantes, como por exemplo, os países que compõem MERCOSUL, em especial a Argentina, e com estados reconhecidos como fortes pólos emissores como: "São Paulo", "Rio Grande do Sul" e "Paraná".	A4	Aumento na competitividade do turismo alternativo, com a entrada no mercado de novos destinos com propostas similares.
O5	Crescimento do turismo de eventos, com aumento da demanda na temporada baixa.	A5	Incertezas econômicas no Brasil e nos países que compõem o MERCOSUL
O6	Evolução do produto Brasil no mercado internacional de turismo.	A6	Pouca diversidade de emissores
DIFICULDADES (PONTOS FRACOS)		FORTALEZAS (PONTOS FORTES)	
D1	Concentração do turismo no verão.	F1	Ampla diversidade e abundância de recursos naturais.
D2	Problemas ambientais, sócio-culturais e econômicos já existentes.	F2	Existência de uma infraestrutura turística e capacidade hoteleira já consolidada e em expansão.
D3	Descumprimento da legislação ambiental.	F3	Existência de instrumentos legais para a proteção ambiental.
D4	Ausência efetiva de planos de utilização de lazer em espaços públicos e áreas protegidas.	F4	Segurança e tranqüilidade comparada com outros destinos de similar importância.
D5	Inadequado planejamento turístico.	F5	Alto grau de fidelidade dos visitantes.
D6	Imagem turística associada principalmente a um único recurso natural: as praias.	F6	Acelerada expansão de mão de obra qualificada na região, em razão da ampliação da oferta de cursos superiores de turismo, hotelaria e gastronomia.

A etapa seguinte foi destinada a análise dos resultados obtidos no quadro 1. Seguindo a metodologia do processo de planejamento estratégico, esta fase é denominada desenvolvimento, que teoricamente é o momento em que são detalhadas as ações específicas para alcançar os objetivos.

Análise da matriz de avaliação estratégica

Seguindo o resultado da matriz de avaliação estratégica para a integração do lazer ativo a atividade turística na cidade de Florianópolis, foram efetuadas algumas considerações iniciais, que serviram de base para a elaboração das propostas e sugestões.

A ampla diversidade e abundância de recursos naturais existentes na cidade de Florianópolis (F1), as novas tendências no comportamento e atitudes dos consumidores turísticos, que valorizam cada vez mais a qualidade dos recursos naturais do destino (O1+A1), e a possível integração do produto principal (sol e praia) com produtos periféricos e complementares (O2) são fatores que devem ser considerados no momento de planejar o turismo em Florianópolis. Neste contexto a integração do lazer ativo a atividade turística do destino Florianópolis, surge como uma alternativa para aumentar a qualidade e diminuir da concentração do turismo no verão (D1).

A existência de uma infraestrutura turística e capacidade hoteleira consolidada e em expansão (F2), são fatores que favorecem, e ao mesmo tempo apontam para a necessidade de desenvolver novos produtos, principalmente na baixa temporada (D1), em razão do aumento da competitividade no turismo, principalmente no que se refere aos produtos alternativos (A4).

A proximidade geográfica com mercados turisticamente importantes, como por exemplo, os países que compõem o MERCOSUL, em especial a Argentina, e com estados reconhecidos como fortes pólos emissores como: "São Paulo", "Rio Grande do Sul" e "Paraná" (O4), junto ao fato de que a cidade seja amplamente conhecida nestes mercados (O3), são fatores que favorecem ao desenvolvimento do turismo na cidade; entretanto destaca-se que no mercado atual, altamente competitivo (A4) os destinos que pretendem ter êxito durante um longo período de tempo devem preocupar-se constantemente com a renovação das atrações e produtos, assim como com a qualidade de seus serviços, a fim de satisfazer as expectativas do novo turista, cada vez mais seletivo, experimentado e exigente (A1+A2).

A segurança e a tranquilidade existente na cidade, comparada com outros destinos de similar importância e a existência de instrumentos legais para a proteção

ambiental (F4+F3) são fatores que favorecem a introdução de produtos turísticos alternativos que favoreçam o contato responsável entre o homem e a natureza (O1).

A atividade turística na cidade está caracterizada pelo alto grau de fidelidade (F5) dos visitantes. Este fator favorável deve ser aproveitado, sendo necessário analisar as possibilidades de atraí-los também em outras épocas do ano (D1). Para que isto ocorra é necessário demonstrar, aos turistas, quais são os atrativos da cidade nos períodos de baixa temporada turística. Neste sentido, destaca-se que o crescimento do turismo de eventos e o conseqüente aumento da demanda na temporada (O5), pode ser considerado uma vantagem para a inclusão de novos produtos relacionados com o lazer ativo, pois os possíveis usuários já se encontram na cidade, sendo também um conjunto de opções extras para estes visitantes.

As incertezas econômicas do Brasil e de outros países do MERCOSUL (A5) constituem aspectos que podem ser minimizados através da utilização estratégica de fatores como, por exemplo, o fato de que a cidade seja amplamente conhecida nacionalmente e no MERCOSUL (O3), assim como, a evolução do produto Brasil no mercado internacional do turismo (O6). Ressalta-se a necessidade de avaliar a busca de novos mercados emissores (A6), fortalecendo o turismo em outros países de América do Sul, Europa e Estados Unidos, buscando diminuir a dependência de mercados tradicionais.

A concentração do turismo no verão (D1), o descumprimento da legislação ambiental, a existência de impactos ambientais, socio-culturais e econômicos negativos (D2+D3), relacionados com a atividade turística, junto com a forte associação da imagem turística da cidade a um único recurso natural (D6), faz com que medidas urgentes sejam adotadas a fim de favorecer a sustentabilidade do turismo de Florianópolis, já que estes fatores podem afetar negativamente a imagem turística da cidade em pouco tempo (A3). O ambiente favorável relacionado com as novas tendências no comportamento e atitudes do consumidor turístico (O1), faz com que a cidade aproveite a possibilidade de integração de novos produtos a atividade turística atual, tanto na baixa temporada como na alta.

O mercado turístico atual, caracterizado por uma alta competitividade (A4), pela valorização muito maior de fatores ambientais (A1) e por uma rápida segmentação da demanda (A2) faz com que o destino Florianópolis adote estratégias que tratem de fortalecer a atividade turística, utilizando de forma sustentável sua

diversidade e abundancia de recursos naturais, aproveitando também a existência de infraestrutura turística ociosa (F1+F2).

A possibilidade de aumento de impactos ambientais (A3) deve ser combatida, já que a cidade depende fortemente de seus recursos naturais, além de dispor de instrumentos legais para a proteção destes recursos (F3), sendo necessário aplicá-los com maior responsabilidade e seriedade, o que não aconteceu até o momento (D3).

Muitas dificuldades do destino turístico Florianópolis são derivadas de um inadequado processo de planejamento turístico (D5), neste sentido ressalta-se a necessidade de que a cidade comece a tratar o turismo com maior profissionalismo e seriedade, levando em consideração os aspectos econômicos, socio-culturais e ambientais no planejamento do setor. Este aspecto pode ser melhorado, já que, observa-se uma acelerada expansão de mão de obra qualificada na região, em razão da ampliação da oferta de cursos superiores de turismo, hotelaria e gastronomia (F6).

3. Resultados e propostas

Baseado nos resultados obtidos na Matriz de avaliação estratégica buscou-se elaborar propostas e sugestões que favoreçam a utilização racional e inclusive diminuir os problemas relacionados com o turismo tradicional.

Sabe-se que a implantação de uma proposta com estas características sofrerá dificuldades, já que seu desenvolvimento enfrentará a lógica do mercado e a racionalidade econômica, entretanto, não se pode ficar observando, sem uma intervenção planejada. Tem-se consciência que as propostas não serão a panacéia para todos os problemas do turismo na cidade, mas buscou-se adicionar elementos que possam ser utilizados como um meio para auxiliar no caminho para o desenvolvimento turístico sustentável da cidade.

Para que as propostas sejam efetuadas corretamente, considerou-se necessário elaborar alguns critérios orientadores que pretendem promover o fortalecimento da competitividade e fundamentalmente colaborar para a sustentabilidade dos produtos turísticos criados para a cidade. O eixo central das propostas consiste em agregar valor à oferta turística, logrando maior satisfação por parte do visitante, maior benefício para a comunidade, minimizando os impactos negativos sobre o meio ambiente, a cultura e a sociedade. Para que isto ocorra considerou-se fundamental: adotar políticas participativas, a fim de envolver os residentes no processo de

desenvolvimento, privilegiando recursos humanos e empresas locais; promovendo a adaptação gradual às necessidades e expectativas do novo turista; estimular a gestão empresarial responsável; adotar medidas que favoreçam a mudança de postura por parte de os usuários, através de atividades e programas que serão expostas a seguir.

Estrutura básica das propostas

Buscou-se ao longo das propostas identificar ações para dar suporte ao planejamento inicial, onde se destacou, que em razão de Florianópolis apresentar níveis distintos de desenvolvimento turístico, deve ser prevista uma programação setorial, prevendo adoção de medidas diferentes para as diferentes regiões da cidade e para as distintas épocas do ano.

O conjunto de propostas caracterizou-se fundamentalmente pela inserção de produtos periféricos e complementares ao produto principal de Florianópolis. Neste sentido, por tratar-se de propostas que pretendem mudar a atividade turística promovida atualmente; será necessário mudar o plano de marketing turístico da cidade. Isto inclui: rever campanhas passadas; estabelecer novas estratégias de promoção, comercialização e comunicação; criando ações específicas tanto para a alta como para a baixa temporada. De forma que, a inclusão de atividades, programas e eventos de lazer e esporte, gerem um conjunto de subprodutos que possam ser acrescentados ao turismo da cidade, colaborando para sua diversificação.

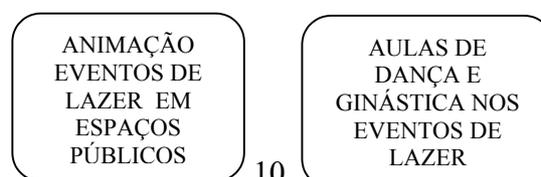
Considerando os preceitos teóricos apresentados, foi feita uma proposta de reestruturação do produto turístico da cidade. Esta nova estrutura está baseada na concepção de Valls (1996), que considera que em função dos benefícios buscados pelo público, o produto pode ser dividido em *principal*, *periférico* e *complementar*. O produto principal está representado pelo benefício que o consumidor busca encontrar, o periférico é o que acompanha intimamente o produto principal, e os complementares que podem ou não acompanhar os dois anteriores, podendo ampliar o campo de satisfação de ambos.

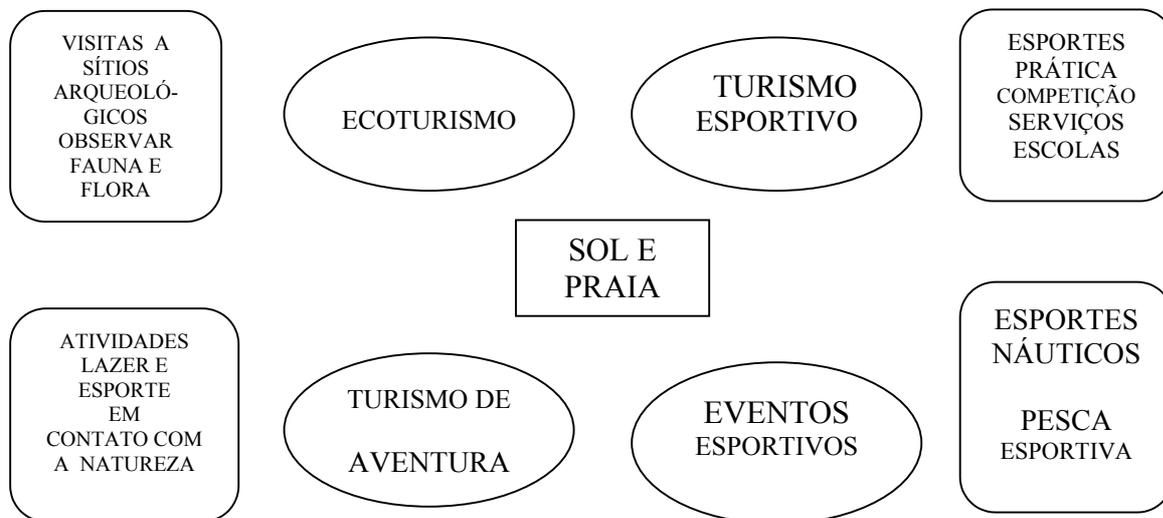
Assim, buscou-se estruturar produtos e sub-produtos novos e existentes buscando que eles se integrem nas diferentes épocas do ano. A proposta de integração entre produtos principais, periféricos e complementares na alta temporada em Florianópolis pode ser observada na figura 2, que propõe que o produto "sol e praia" seja o principal, sendo apoiado por produtos periféricos e complementares, como por

exemplo: o turismo de aventura, o ecoturismo, o turismo esportivo e de eventos esportivos, que irão favorecer a satisfação dos usuários, melhorando o turismo nesta época.

Figura 2: Integração do produto principal (sol e praia) com produtos periféricos e complementares na alta temporada em Florianópolis.

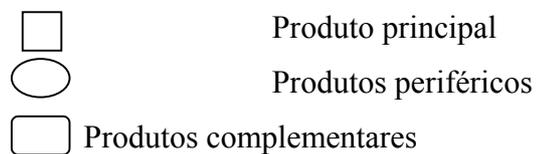
ALTA TEMPORADA





Fonte: Baseado no modelo apresentado por Valls (1996)

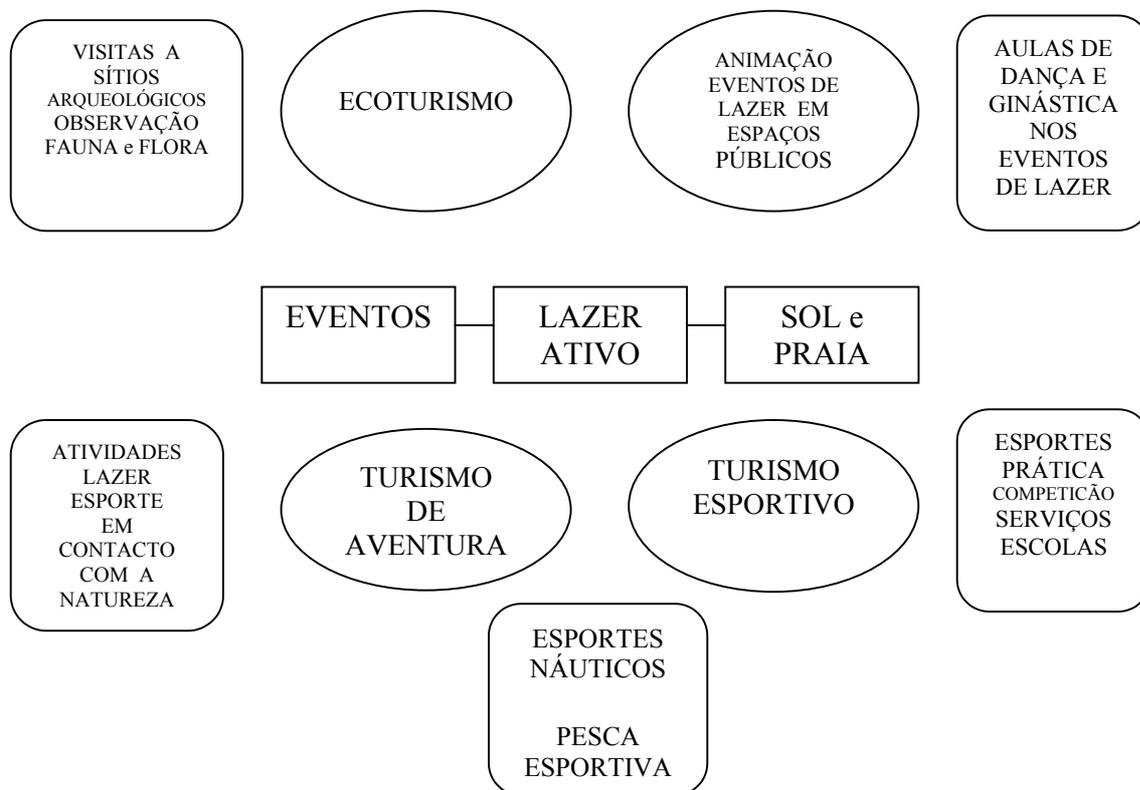
Legenda:



Na baixa temporada, o turismo de eventos, de sol e praia e o lazer ativo dividiriam o papel de produtos principais, e estariam favorecidos e integrados aos periféricos e complementares, como por exemplo: o turismo esportivo, de eventos esportivos e as atividades lazer e esporte em contacto com a natureza, como se observa na figura 3.

Figura 3: Integração dos produtos principais (lazer ativo, eventos e “sol e praia”) com produtos periféricos e complementares na baixa temporada em Florianópolis.

BAIXA TEMPORADA



Fonte: Baseado no modelo apresentado por Valls (1996)

Legenda:

- Produto principal
- Produtos periféricos
- Produtos complementares

Além da reestruturação de produtos turísticos em Florianópolis, evidenciou-se também a importância de buscar uma maior qualidade para as áreas destinadas ao lazer, como as instalações e equipamentos esportivos, os espaços naturais e as áreas protegidas. Fiscalizar e promover a efetiva aplicação da legislação ambiental, estabelecendo limites e modelos de utilização adequados, favorecendo para a manutenção da atratividade destes locais, condições fundamentais para a sustentabilidade da atividade turística da cidade.

Em relação às práticas de lazer nas praias e lagoas destacou-se a necessidade de definir áreas específicas para atividades esportivas, recreativas e ginásticas, implementando equipamentos de lazer e serviços de apoio nestes locais

A ampliação da oferta de atividades de lazer e esporte em contato com a natureza é uma das principais ações propostas para diminuir a sazonalidade e melhorar o nível de qualidade do turismo na cidade. A introdução de produtos turísticos alternativos que favoreçam ao contato homem-natureza servirá para criar uma nova imagem da cidade.

Paralelamente a esta ampliação das atividades lazer e esporte em contato com a natureza, é importante que medidas de conservação do meio ambiente sejam adotadas, onde foram destacadas: a criação e ampliação de programas de educação ambiental: para escolares, residentes e turistas, bem como para proprietários de meios de hospedagem, restaurantes e outros comerciantes; ampliação da rede de tratamento de resíduos; aumento da fiscalização ambiental e criação de centros de informação para visitantes dos parques.

Destacou-se também que a utilização e revitalização dos espaços de lazer devem ser reforçadas por uma política de animação, ou seja, a promoção de eventos, programas e atividades de lazer e esportes. A realização de eventos esportivos foi destacada como uma alternativa importante para a divulgação do turismo em Florianópolis, seja em âmbito regional, nacional e/ou internacional. O apoio e incentivo a estes eventos podem servir também como um elemento motivador para a prática de determinadas atividades esportivas, e como promotores da imagem da cidade associada a prática de esportes. Junto a este fato buscou-se ressaltar a possibilidade de aproveitar os expoentes esportivos oriundos da cidade, como é o caso do tenista Gustavo Kuerten, para fortalecer esta imagem e como uma vantagem para atrair eventos e visitantes.

Com respeito aos programas de lazer, considerou-se importante incentivar a criação de acampamentos, colônias de férias e/ou eventos similares, como uma opção para o desenvolvimento do turismo estudantil e de juventude.

Para finalizar, considerou-se necessário facilitar o acesso ao espetáculo esportivo, além de fomentar a realização de eventos comunitários de lazer e esporte junto aos estratos sociais menos favorecidos, já que, estas podem ser formas de democratizar as vivências do lazer, além de favorecer a uma imagem social positiva na cidade.

4. Conclusões e Perspectivas

Tem-se consciência que são grandes as barreiras e dificuldades para a consecução de propostas com estas características. Por razões históricas e pelo contexto político social do país, muitas ações do setor privado estão pautadas pela lógica do mercado, fator que geralmente é determinante para restringir o acesso da maioria da população as vivências do lazer e do turismo. Por este motivo, as ações também pretendem favorecer a um modelo de desenvolvimento que diminua as disparidades sociais, já que, crescimento sem equilíbrio é crescimento sem desenvolvimento.

Um dos problemas que será encontrado para o real aproveitamento das propostas, consiste na freqüente adoção de medidas paliativas por parte dos gestores públicos, além das freqüentes mudanças político-administrativas que fazem com que muitas propostas não tenham seqüência ou não se concretizem. A fim de minimizar estes aspectos, considerou-se importante criar uma comissão executiva, integrada pelos setores relacionados com o desenvolvimento turístico da cidade, que seja responsável pela manutenção, consolidação e expansão das propostas.

As propostas foram elaboradas considerando a necessidade de que a cidade amplie e qualifique sua oferta turística. A fim de concretizá-las, propõe-se que elas sejam incorporadas ao processo de planejamento turístico de Florianópolis. Este processo deve ser contínuo, sendo necessário determinar as ações, as atividades e os programas específicos que serão desenvolvidos, adotando um cronograma de implantação.

Propõe-se que o governo tenha um papel fundamental na fase inicial, promovendo a efetiva conservação do patrimônio, a qualificação adequada dos recursos humanos adaptados a necessidade das propostas, e quando necessário utilize modelos de intervenção para assegurar a consolidação da cidade no mercado turístico, adotando possíveis alternativas para diminuir os eventuais problemas afim de garantir a continuidade das ações propostas.

Os problemas relacionados com a utilização do espaço em Florianópolis são imensos e de difícil solução, sendo assim além das ações propostas, destaca-se como fundamental a formação de entidades, grupos de estudos e reflexão, que avaliem problemas, a fim de atuar em conjunto para a busca de soluções, que levem em considerando o uso turístico e recreativo como elementos importantes neste contexto.

As alterações induzidas pelo turismo na cidade são visíveis, e rápidas ações de conservação da paisagem e preservação dos recursos naturais e sócio-culturais devem

ser adotadas. Buscou-se destacar que o governo tem um vasto campo de atuação no que se refere a estes temas, pois depois do processo de desenvolvimento desorganizado do turismo, ocorrida principalmente depois de 1980, quase nada foi feito para preservar a cultura, para organizar o crescimento da cidade, nem para diminuir a privatização dos espaços públicos do lazer.

Um aspecto que teve presente na essência de as propostas, é que as comunidades receptoras tenham a oportunidade de aceder aos benefícios das atividades turístico-recreativas, como usuários e empreendedores. Existiu, desde o princípio do estudo, uma forte preocupação no sentido de que as medidas adotadas não gerassem crescimento desequilibrado e desumano, ou seja, que não beneficiem somente aos mais ricos, mantendo ou piorando o quadro social atual.

Acredita-se no processo de aprendizagem constante com socialização e cooperação. A realização de novos trabalhos que relacionem lazer com outros setores da sociedade são importantes para aperfeiçoar a atuação dos profissionais, ampliar a possibilidades de utilização do "tempo livre" qualitativamente e quantitativamente. Portanto, sugere-se a integração de diferentes ciências, em razão do caráter multidisciplinar do lazer e do turismo, buscando novas perspectivas, novos enfoques e novos desafios, a fim de materializar a construção de uma cidade e de uma sociedade socialmente justa, democrática, participativa e transformadora.

Referências

ANDRADE, Anabella. **Planificación turística: Un reto para equipos interdisciplinarios**. Las palmas de Gran Canaria. ULPGC, Master internacional de Turismo, 2000. (apostila)

ANDRADE, José Vicente de. **Gestão em lazer e turismo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001

BOULLÓN, Roberto: **Planificación del espacio turístico**. 3. ed. México: Trillas, 1997.

CUENCA CABEZA, Manuel. **Ocio y formación, hacia la equiparación de oportunidades mediante la educación de ocio**. Bilbao: Universidad de Deusto, 1999.

KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. Futura, São Paulo, 1999.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e**

das Viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LAGO, Paulo Fernando. **Florianópolis: a polêmica urbana**. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes / Palavra Comunicação, Florianópolis, 1996.

LINS, Nunes Hoyêdo. Turismo y desarrollo en el Brasil meridional. **ESTUDIOS Y PERSPECTIVAS EN TURISMO**. Buenos Aires: CIET, v. 9, n. 5 y 6, 2000. p. 197-228.

_____. Florianópolis, Cluster Turístico? **REVISTA TURISMO EM ANÁLISE**, v. 11, n. 2, nov. 2000. p. 55-70.

MIRALLAVE IZQUIERDO, Vicente. La Planificación Urbanística para el disfrute del ocio turístico y deportivo. En: **Jornada de Deporte, turismo y sociedad**. Canarias: ULPGC, 1990. p. 17-24.

MÜLLER, Ademir & Costa, Lamartine Pereira da. **Lazer e desenvolvimento regional**. Santa cruz do Sul: EDUNISC, 2002

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Desenvolvimento de turismo sustentável: manual para organizadores locais**. Madrid: OMT, 1994.

SAINZ DE VICUÑA, José M.. **El plan de marketing en la práctica**. Madrid: Esic, 1999.

VALLS, Josep-Francesc. **Las claves del mercado turístico: cómo competir en el nuevo entorno**. Bilbao: Deusto, 1996.

_____. **Gestión de empresas de turismo y ocio: el arte de provocar la satisfacción**. Barcelona: Gestión, 2000.

VOGELER RUIZ, C. & HERNÁNDEZ ARMAND, E. Estructura y organización del mercado turístico. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1997.