

TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Reflexões interdisciplinares a respeito da Ilha de Santa Catarina

Ricardo Lanzarini¹

Resumo

O turismo enquanto atividade econômica tem sido tema das mais variadas discussões a cerca do desenvolvimento de territórios em todo o mundo, contudo, dissociado das interfaces interdisciplinares em virtude da base filosófica que cada ciência carrega consigo. Este trabalho propõe uma discussão a cerca da atividade na ilha de Santa Catarina, com interfaces econômicas, sociais, culturais, antropológicas, geográficas e políticas das relações entre a sociedade de consumo (turistas) e o lugar (cultura, sociedade, ambiente e política). São apresentadas discussões que facilitam o entendimento dessas relações e inquietam o leitor ao se levantarem proposições para diversos trabalhos em uma visão macro quanto ao tema. As diversas abordagens científicas, entretanto, estão propositalmente diluídas a fim de apontar os vários caminhos possíveis do desenvolvimento regional e local do turismo por meio da gestão pública e privada responsável e integrada dos territórios, indissociáveis, se pensadas como ponto de partida para a concretização das interfaces interdisciplinares do desenvolvimento local contínuo.

Palavras-chaves: Turismo. Interfaces interdisciplinares. Território. Desenvolvimento local.

Introdução

As relações a cerca do desenvolvimento mundial tem sido discutidas amplamente nas mais diversas esferas do poder público e privado, bem como pelas organizações do terceiro setor e as universidades que refletem a respeito da concepção de formas de desenvolvimento capazes de suprir as necessidades e/ou desejos do homem moderno na dominação de sua própria existência e que discutem epistemologicamente essas novas formas de pensamento.

¹ GOMES SILVA, R. L. é Graduado em Turismo e Mestrado em Geografia pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Foi Professor dos cursos de Turismo e Administração da UFMS e UEMS e atualmente é Doutorando em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

A ocupação dos espaços geográficos permeia, assim, as relações entre o homem e seu meio e a transformação desses espaços em sociedades constituídas, com o uso de recursos e a instituição de economias capazes de se integrar ao modelo mundial vigente de desenvolvimento capitalista.

No âmbito dessas discussões há um espaço destinado ao desenvolvimento do turismo nos mais variados territórios. Essas discussões permeiam as esferas econômicas, sociais, culturais e políticas na busca de uma junção que se denomina de desenvolvimento sustentável. Contudo, essa idéia de sustentabilidade firmada desde os anos 90 com a realização da ECO92 – II Conferencia das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, no Rio de Janeiro, em 1992 – e da formulação da Agenda 21, que vem no contexto mundial propor um desenvolvimento sócio-cultural e econômico igualitário, com o fundamento principal de “preservar o ambiente” para as futuras gerações, é palco de novas concepções e reformulações discursivas de adequação dos novos contextos sociais e locais.

A partir disso, o tema passa a compor os mais variados trabalhos, políticas públicas e privadas, visões de responsabilidade social empresarial, mesas de debates políticos e acadêmicos, entre outros. A construção do chamado desenvolvimento sustentável passa para a esfera social, ganhando a idéia do senso comum a fim de se consolidar como socialmente aceito e compreensível como melhor caminho a se seguir.

O turismo insere-se nesse contexto a partir do planejamento de novos territórios turísticos e na readequação dos territórios preexistentes que estão em colapso por conta da inexistência ou incompetência do planejamento vigente e do modo como se reproduz a atividade turística em cada lugar. Pensar em novos territórios, além da expressa manifestação de inquietações, significa pensar em novas formas de uso e relações do homem com o meio, em uma utopia infinita de melhoria da qualidade de vida das sociedades de consumo.

2. Nas trilhas da sociedade de consumo

O consumo é considerado na modernidade fator de grande relevância na economia mundial, visto que consumir implica em uma demanda capaz de fomentar uma maior produção industrial, estimulando o surgimento de novos empregos, o aumento de salários e até mesmo o investimento em novas tecnologias para o aprimoramento da produção. Esse contexto se refere, inclusive, a um número maior de trabalhadores assalariados, também

levados a consumir. Há a formação de um ciclo que mantém a economia aquecida e contribui para o desenvolvimento econômico dos países capitalistas.

Baudrillard (1995), afirma que o ideal de liberdade e de felicidade destinado a todos os homens construídos pelo Iluminismo é a referência máxima da sociedade de consumo, revelando-se como condição equivalente à de outrora, a salvação. O modelo neoliberal de desenvolvimento, que tem nos Estados Unidos seu principal representante, está cada vez mais sendo questionado. A título de exemplo podemos considerar a crise econômica que os Estados Unidos enfrentam desde 2008 e que põe em evidência esse modelo econômico, fortemente baseado no consumo, pois evidencia sua instabilidade expressa pelo setor imobiliário norte-americano que levou os bancos a entrarem em colapso. Nesse cenário, as instituições financeiras tiveram que reduzir drasticamente o crédito ao consumidor, o que acarretou na queda do consumo e de toda a atividade econômica do país. Para conter a crise, o governo lançou um pacote centrado no consumo da população, onde uma das medidas determina a devolução de impostos à população como uma forma de injetar dinheiro na economia. Além disso, podemos citar o desemprego e a alta dos preços como sinais de desgaste do modelo econômico que já despontam em diversos países da Europa.

É o que Beck (1999) aponta ao tratar das sociedades de risco na modernização reflexiva proposta por Giddens (1999), pois as instituições já não são capazes de oferecer segurança e estabilidade à sociedade mundial, seja por crises econômicas, controle de armas, crises ambientais, entre outros.

Analisar os novos contextos sociais e os novos recortes geográficos nos quais as sociedades se estabelecem em um conjunto de relações dependentes requer um exercício interdisciplinar de aprendizagem que desmistifica as regras gerais da economia e consideram focos sociológicos, geográficos, políticos, culturais e históricos, antropológicos e filosóficos. Garcia (2000, p. 408) a respeito do trabalho interdisciplinar expressa que:

Estudiar las interacciones entre los fenómenos que son objeto de análisis implica que se generem interacciones em el interior del grupo de investigadores. Estas interacciones en el equipo encargado de desarrollar la investigación comprende, a la vez, el quehacer interdisciplinario y la interacion de trabajo de gabinete y de campo. (...) El quehacer interdisciplinario está basado tanto en la elaboración de un marco conceptual común que permita la articulación de ciencias disímiles como en el desarrollo de una práctica convergente.

O consumo estabelece as relações existentes entre os indivíduos na conjuntura de seu ambiente. O uso dos recursos naturais e a exploração/ocupação dos espaços permeiam as

relações de produção econômica e o contexto sócio-cultural que constitui o conjunto de saberes populares e identidades no espaço. A identificação dessa sociedade como consumista é primordial nos estudos do turismo e suas relações com os espaços que consomem.

3. O turismo de consumo

A atividade turística se relaciona no espaço geográfico e no interior das sociedades de consumo como a constituição linear de um esquema de trânsito de turistas, relações emissivas mais expressas no contexto econômico e de readequação espacial receptiva para o atendimento ao cliente, tanto física quanto econômica, o que estabelece, primordialmente, relações de poder no campo público e privado.

Trata-se aqui do espaço de uso² do turismo, que na perspectiva de Souza (1995) é tratado como o espaço de relações de poder, onde se prioriza a questão do dominante e dominado, chamado de território, “um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder” (p. 78). A partir disso, é possível constituir conceitualmente território turístico como o espaço usado pelo turismo para sua formação e realização na concepção de relações de poder.

Nesse contexto, a sociedade de consumo constitui o turismo no consumo do espaço e na formação dos territórios turísticos. Ao consumir, se estabelecem relações de poder entre empregados e trabalhadores, público e privado, empresários, residentes e turistas, e assim, formam-se os territórios turísticos, no campo dessas relações.

A organização desses territórios se estabelece principalmente pelo fato de que “o consumidor-turista tem de se deslocar até o produto a ser consumido, o lugar turístico” (CRUZ, 2003, p. 21). Assim, a autora discute o turismo e a formação de territórios emissivos, espaços de deslocamento e territórios receptivos como um espaço de relações de poder, conforme a tabela a seguir:

Tabela 01 – Formação do turismo no espaço geográfico

Territórios Emissores	Espaços de Deslocamento	Territórios Receptivos
-----------------------	-------------------------	------------------------

² GOMES SILVA (2006) refere-se a espaços de uso do turismo ao se referir às áreas geográficas onde acontecem as relações de turismo.

Notadamente estabelecido em áreas urbanas de grande concentração populacional	Espaços intermediários entre o emissor e o receptor, usado como meio de acesso	Podem se estabelecer em grandes centros urbanos, vilarejos, áreas rurais, entre outras de interesse
Alto desenvolvimento dos transportes	Desenvolvimento das vias de transporte	Alto desenvolvimento dos transportes
Demanda solvável – capaz de arcar com os custos da atividade	É notadamente usado como atrativo em várias localidades	Maiores relações de emprego e dependência econômica
Adequação de infra-estruturas urbanas, implantação de infra-estruturas turísticas (re-ordenamento do espaço)	Infra-estruturas específicas como postos de combustível, motéis, entre outras	Infra-estrutura turística predominante
Relações de poder estabelecidas pela compra e trabalho	Poucas relações de poder e em alguns casos até inexistentes	Relações de poder expressas pelo consumo excessivo

Fonte: *Elaboração Própria, 2009.*

Esses territórios se constituem e se configuram em localidades facilmente reproduzidas para atender a demanda crescente, como qualquer outra economia, produzida em larga escala, como uma grande indústria que se prolifera em todo o mundo e se insere nos discursos políticos de desenvolvimento e na apropriação da sociedade como uma nova forma de consumo indiscriminado. Seabra (2001, p. 27) saliente que:

Ao ser considerado como uma indústria sem chaminés, o turismo depende da apropriação e da exploração dos recursos naturais e das sociedades locais. Os exemplos de degradação ambiental e sociocultural decorrente do turismo são abundantes, assim como o são para outros setores industriais. Como na indústria extrativa, o turismo explora a matéria-prima até o total esgotamento; em seguida, ocorrem o abandono e a transferência para outros locais de exploração. Além do uso indiscriminado dos recursos ambientais, a indústria do turismo provoca danos socioambientais e socioculturais bem mais acentuados que muitas indústrias consideradas poluentes. Da forma como está sendo implantado nos países subdesenvolvidos, o turismo representa um novo modelo industrial transportado dos países desenvolvidos para os periféricos, permanecendo estranho à sociedade local e à sua cultura.

Os modelos de formação do turismo devem, por isso, ser analisados e pensados do ponto de vista do consumo dos espaços e da formação e manutenção dos territórios, em perspectivas interdisciplinares, a fim de se tornar possível a permanência desse consumo como não predatório.

4. Estudos sobre a Ilha de Santa Catarina: uma proposta interdisciplinar do desenvolvimento local

A ilha de Santa Catarina, como toda capital do Brasil, tem sua configuração territorial marcada pelo aglomerado urbano e pela concentração populacional, em torno de 402.346 mil habitantes (IBGE, 2008), o que causa problemas comuns das cidades, como elevada produção de lixo, de consumo de água e energia, congestionamentos de trânsito, entre outros.

Por esse motivo, alguns estudos científicos já foram desenvolvidos a respeito da atividade na ilha, em diversas abordagens. Guimarães (2006, p. 128) comenta que:

Nos estudos relativos ao turismo em Florianópolis e no litoral de Santa Catarina, pode-se identificar que, em geral, as pesquisas visam entender as rápidas transformações na ilha como vinculadas ao desenvolvimento e ao crescimento do turismo. Nesse contexto, podem ser encontrados dois tipos gerais de pesquisas: as de caráter macroestrutural, focadas nos processos de desenvolvimento urbano, associadas à lógica do desenvolvimento capitalista, numa abordagem mais geográfica e ambiental, situada em questões de planejamento; e, numa outra linha, as pesquisas focadas em aspectos mais sócio-antropológicos, que descrevem, dentro desse contexto de transformações, as questões relativas aos padrões culturais que se organizam na dinâmica dos encontros turísticos (locais *versus* não locais). Também é possível verificar-se, nas análises, a preocupação com os impactos ambientais resultantes dos processos turísticos, entendendo-se que os problemas não surgem com o desenvolvimento do turismo, mas que são agravados no processo. Nesse contexto, há um consenso de que os resultados das mudanças “modernizadoras” na ilha são predatórios ao meio ambiente e à população local.

A questão emblemática neste contexto é como vêm se desenvolvendo as atividades turísticas na ilha, suas relações econômicas, culturais, sociais, políticas e de poder. Identificar e registrar como se estabelecem as relações entre residentes e turistas, a interação do planejamento governamental e mais precisamente as formas como essas relações econômicas e políticas são interpretadas e afetam as relações culturais, fortemente expressas pela presença do mar no cotidiano da ilha, são indubitavelmente pertinentes e necessárias.

As práticas das sociedades costeiras são muitas vezes corrompidas pelas pressões de mercado e por processos históricos: práticas predatórias são visíveis em muitos casos, decorrentes da crescente expansão da modernidade nos territórios; a pressão do mercado para um volume cada vez maior de produção leva, muitas vezes, à depredação dos recursos marítimos, como acontece com a pesca. Cunha (2007, p. 90) discute que:

Não é possível desconsiderar a expansão do turismo, da urbanização e da especulação imobiliária desde meados do século passado no interior dessas sociedades, ocasionando uma desconcertante alteração em seus espaços tradicionais, tanto na terra como no mar – domínios em que intercalam sua existência. Transmutando tudo o que toca em artificial, a indústria do turismo e a expansão da urbanização no litoral têm

produzido, além da descaracterização das populações tradicionais, a desfiguração da paisagem e do ambiente da costa brasileira.

Ademais, os recursos cênicos litorâneos (como morros, barras de rio etc.), ao serem ocupados, perdem totalmente suas qualidades paisagísticas originais. Por outro lado, a própria concentração da população litorânea concorre para a degradação ambiental, assim como vários agentes poluentes (esgoto, objetos e lixo) jogados no mar. Hábitos estão em constante transformação e as relações de trabalho (RIAL, 1988) produzem novos arranjos capazes de modificar a essência da vida das comunidades da ilha.

Claval (2007) admite essa nova realidade na junção das ciências e das formas de organização do espaço econômico e ecológico que resultam em um novo espaço cultural. Para ele os “lugares de produção e os lugares de vida devem ser planejados; todos os meios de relações necessárias para fazer circular os bens, as pessoas e as informações devem ser implementados e funcionar sem sobressaltos” (p.124). Compreender o contexto dessas relações consiste em um trabalho rigoroso e árduo que envolve necessariamente a problematização da política (FOUCAULT, 2004) como busca de soluções e forma de expressão organizacional da sociedade moderna.

Na verdade, o turismo enquanto fonte de desenvolvimento para um determinado local necessita não apenas de uma governabilidade ambiental adequada, mas na lógica de uma construção ideológica, todo lugar pode ser turístico, basta apenas ser reproduzido socialmente e aceito culturalmente por sua comunidade, contemplando os diversos setores do planejamento governamental. Obviamente, não se constrói uma ideologia para a solidificação da atividade apenas por políticas públicas de fomento da atividade, e sim, ao longo da história, em um processo lento de aceitação sociocultural, que implica na construção de territórios turísticos e na organização social de novos agentes de mercado e por uma aceitação cultural do turismo em Florianópolis/SC.

Oliven (1992) discute essa mesma idéia no contexto nacional brasileiro ao mostrar que a identidade nacional aparece estreitamente vinculada ao contexto sociopolítico do país, visto que, para ele, a identidade cultural é delimitada espacialmente e busca na tradição a justificativa de sua existência. "Nação e tradição são recortes da realidade, categorias para classificar pessoas e espaços e, por conseguinte, formas de demarcar fronteiras e estabelecer limites" (p.26). É o que Hall (2001, p. 11) chama de concepção sociológica da identidade, que

transita “entre um espaço interior e exterior, entre o mundo pessoal e o mundo público”, provocando constantes mudanças culturais.

O turismo pode assim provocar diversas alterações nos costumes locais. Nessa mesma concepção, Giddens (2000) argumenta que a tradição é a identidade construída e reinventada ao longo de um processo histórico de interesse social, pois, “a idéia de tradição impermeável à mudança é um mito. As tradições evoluem ao longo do tempo, mas podem também ser alteradas ou transformadas de maneira bastante repentina. Elas são inventadas e reinventadas” (p. 51).

Os processos aos quais se inserem as questões identitárias são, ainda, controversos. Contudo, é preciso pensar na lógica do turismo e suas relações com a sociedade, seja de modo social, cultural ou econômica, e qual a melhor forma de se trabalhar com as questões da identidade coletiva e de sua reprodução para o comércio turístico. Lage e Milone (2001, p. 173) ditam a respeito dessas relações afirmando que:

Certamente, o turista tem contribuído para a preservação das artes nativas pela criação da demanda para tais produtos. No entanto, alterações na forma da cultura artística original poderiam também ser causadas pela demanda gerada pelo turismo. Infelizmente, o tipo de arte que o turismo encoraja é freqüentemente de produção de objetos falsos e reproduções, conseqüentemente diminuindo a qualidade e os padrões de arte [...]. Observando o interesse dos turistas por *souvenirs* e lembranças das regiões visitadas, os lojistas aproveitam a oportunidade para comercializar, por exemplo, a venda de camisetas com desenhos, mapas e outros significados a preços exorbitantes. A cultura passa a ser mercadejada, e muitas imitações são oferecidas aos turistas, estimulando a farsa e a proliferação de obras de pouco valor, normalmente destinada ao consumidor estratificado ávido por adquirir e levar consigo uma cópia simbólica da imagem local. Todavia, o contrário também é verdadeiro. O turismo tem ajudado a preservar e promover formas de artes que, de outra maneira, teriam morrido. E assim o fazendo, tem ajudado a preservar a cultura nativa.

A partir disso, é possível observar que, a reprodução do turismo, seja no modelo sol e mar, comum da ilha, seja em quaisquer outras formas, necessita ser planejada e estruturada para uma prática consciente capaz de trazer benefícios ao lugar visitado. No caso específico do município em estudo, é preciso mensurar seus impactos sócio-culturais para a população residente e sua autenticidade enquanto elemento cultural predominante da região pela presença do mar. Neste sentido, Diegues (1997, p.92) afirma que “é importante analisar o sistema de representações, símbolos e mitos que as populações tradicionais constroem, pois é com base nele que elas agem sobre o meio”.

Em relação aos mitos do turismo, Gomes Silva (2006, p. 32) relata que “não se pode pensá-lo como a ‘salvação’ do mundo. Sendo uma atividade capitalista, não está em sua

lógica resolver os problemas de distribuição de renda e desemprego, nem tão pouco, acabar com as tensões sociais da sociedade moderna”. É ingênuo, portanto, idealizar a atividade como promotora do desenvolvimento social, nem tão pouco caracterizá-la como predatória ou destruidora dos espaços de consumo. É apenas ambígua, pois ao mesmo tempo em que promove riquezas, empregos, melhoria de vida para comunidades receptivas, apoio aos que necessitam viajar por motivos de negócios e outros, também produz pobreza, exclusão social e fragmentação do espaço.

É o que Santos (2004) discute a respeito das ciências. O homem precisa ultrapassar as barreiras do discurso e vencer os paradigmas dominantes do conhecimento científico para compreender melhor a realidade. Somente assim, é possível melhorar, por meio da ciência, a sua condição na sociedade moderna, com uma construção interdisciplinar do território.

Existe uma hegemonia, em uma escala global, do turismo litorâneo frente a outros tipos de turismo, o que cria uma hierarquia espacial da atividade que parece privilegiar estas porções do território em detrimento das áreas interiores. Visceralmente ligado ao conceito de turismo de massa, o turismo de sol e mar é responsável pela atração dos maiores fluxos de visitantes e tem o seu sucesso associado ao fato de que o Brasil é um país tropical, propício para essas práticas, com um imenso litoral com extensão de mais de sete mil quilômetros banhados pelo Oceano Atlântico e que pode ser aproveitado quase o ano todo. Esse modelo é, contudo, comum em diversas partes do mundo. Conforme Palomeque (1999) o turismo de sol e mar é hegemônico na Espanha e em algumas comunidades autônomas, como é o caso da Catalunha que concentra no litoral $\frac{3}{4}$ do negócio turístico.

De modo geral, Santa Catarina e muitos de seus municípios turísticos têm trabalhado, em conjunto com o MTur, pela construção de um turismo planejado, integrado e mais eficiente. Contudo, Silveira e Binfaré (2004) argumentam que em Santa Catarina, desde os anos 80, o turismo tem sido preocupação dos órgãos públicos e da sociedade em geral e várias contribuições no campo do planejamento ocorreram, “porém, tiveram seu alcance limitado perto do que poderiam ter sido se não tivessem sido trabalhadas isoladamente” (p. 303).

As relações entre o homem e o lugar mudam constantemente e a presença do turismo modifica a intensidade dessas mudanças pelas novas formas de uso e valor agregados a atividade e as novas formas de riqueza proporcionadas no novo contexto sócio-econômico e cultural que a modernidade impõe à ilha no consumo do território.

Considerações Finais

A ilha de Florianópolis é uma parte insular do município de Florianópolis, do estado de Santa Catarina, e por isso, concentra um aglomerado urbano muito forte, com intensa ocupação populacional e concentração de tecnologias e informação. Por suas características geográficas, como ilha, é rodeada de praias e possui particulares características que a diferem do restante do litoral brasileiro. Outro fator importante nas relações de localização com a movimentação do turismo está em sua posição geográfica favorável, pois se encontra ao centro das regiões mais ricas do país (IBGE, 2008) e muito próxima de países como Argentina e Uruguai, favorecendo os deslocamentos emissivos e tornando-se território receptivo internacional.

A partir dessa perspectiva, pode-se compreender porque a população da ilha cresce intensivamente desde os últimos anos, principalmente nos períodos de verão, de dezembro a março. Com isso, o consumo urbano aumenta, bem como a produção de lixo, superlotação de lugares públicos, lojas, supermercados, praias, trânsito, inflação imobiliária, entre outros, o que afeta diretamente a qualidade de vida da população residente que, além de ganhar monetariamente com o turismo, recebe as conseqüências de sua presença no território. Intensificam-se assim as relações entre residentes e turistas, entre parcerias e conflitos, entre o bem e o mal.

Deve-se considerar, ainda, a aculturação a qual é imposta aos residentes nas relações de trabalho e nas relações com seu entorno, o mar. O mar, como expressão maior da natureza na ilha e comum da identidade local, traz a população um modo de vestir, uma gastronomia específica e relações de trabalho como a pesca, ganha valor no mercado turístico e passa a ser vendido como principal produto local (SERRANO E BRUHNS, 1997), a grande motivação turística da ilha de Florianópolis/SC. No turismo, o uso da imagem comercial é de primordial importância na comercialização dos produtos turísticos e para a localidade em questão, o resgate ao mar e sua identidade, o “homem nativo da ilha paradisíaca”, com suas diversas praias, confere a Florianópolis uma relação intensa de comércio turístico voltado para a imagem e uso do mar como objeto de sobrevivência e consumo turístico.

A efetivação dos territórios como destinos turísticos não podem, contudo, acontecer à revelia (BOULLÓN, 2002). O Brasil tem hoje o Ministério do Turismo – MTur – como órgão responsável pela Política Pública Nacional para a gestão e monitoramento dessas áreas. O

planejamento governamental se apresenta como um importante instrumento para a organização e coordenação da atividade turística de qualquer região. Recai-se, assim, a importância do acompanhamento da política pública estadual e municipal no desenvolvimento do turismo, principalmente por ser esse planejamento e monitoramento capaz de identificar os principais pontos de conflitos entre residentes e turistas, para amenizá-los.

Repensar novos caminhos e proporcionar melhorias no modelo de turismo existente requer um mapeamento minucioso do espaço de uso do turismo, bem como das relações entre turistas e residentes, em parceria com a atuação do poder público e suas políticas. Somente assim é possível propor novas relações e uma nova configuração social e econômica para a perpetuação cultural e a manutenção da ilha como território turístico da sociedade de consumo em uma perspectiva interdisciplinar de seus estudos científicos.

Referências Bibliografia

- BAUDRILLARD, J. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70. 1995;
- BECK, Ulrich. Autodissolução e auto-risco da sociedade industrial: o que isso significa? In: GIDDENS, A., BECK, U. & LASH, S.: *Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: UNESP. (1999);
- BINFARÉ, P. W. & SILVEIRA, C. E.. Planejamento integrado e responsabilidade social – novas perspectivas para o turismo em Santa Catarina. IN: BAHL, M. (org.). *Turismo com responsabilidade social*. Congresso Brasileiro de Turismo. São Paulo: Rocca, 2004;
- BOULLÓN, R. C.. *Planejamento do Espaço Turístico*. – Bauru/SP: EDUSC, 2002;
- CLAVAL, P.. *A geografia cultural*. 3º ed. – Florianópolis: UFSC, 2007;
- CUNHA, L. H. O.. *Ordens e desordens sócio-ambientais: saberes tradicionais em dinâmicas pesqueiras na costa paranaense*. Curitiba: UFPR, 2007. – (Tese de Doutorado);
- CRUZ, R. C. A.. *Geografia do turismo*. 2ª ed. São Paulo, Roca, 2003;
- DIEGUES, A. C. As ilhas e arquipélagos tropicais brasileiros: práticas sociais e simbólicas. In: DIEGUES, A. C. (Org.). *Ilhas e sociedades insulares*. São Paulo: NUPAUB- -USP, 1997;
- FOUCAULT, M. Polêmica, política e problematizações. In: FOUCAULT, M.. *Ética, Sexualidade, Política (Ditos e Escritos, vol. V)*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004, PP. 225-233;

- GARCIA, R.. Conceptos básicos para el estudio de sistemas complejos. In: LEFF, E. (org). *Los problemas del conocimiento y la perspectiva ambiental del desarrollo*. 2ª ed. rev. México: Sigilo XXI Editores, 2000;
- GIDDENS, A.. *Mundo em descontrol: o que a globalização está fazendo de nós*. Rio de Janeiro: Record, 2000;
- GOMES SILVA, R. L.. *Políticas públicas de turismo e o contexto de Mato Grosso do Sul entre 2003-06: seus interesses correlatos*. Aquidauana: UFMS, 2006, pp. 149 – (Dissertação de Mestrado);
- GUIMARAES, V. M.. *A modernidade e os encontros turísticos: turistas na Barra da Lagoa*. Florianópolis: UFSC, 2006. (Tese de Doutorado);
- HALL, S.. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 5 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001;
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. *Censo 2008*. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/>;
- LAGE, B.G. e MILONE, P. C.. *Economia do Turismo*. – 7ª ed. rev. e ampl. – São Paulo: Atlas, 2001;
- OLIVEN, R. G.. *A parte e o todo: a diversidade cultural no Brasil-nação*. Petrópolis: Vozes, 1992;
- PALOMEQUE, F. L.. *Diez hipótesis sobre el turismo en España*. IN: Profesor Joan Vilá Valentí, Colección Homenajes, Universidad de Barcelona, 1999.
- RIAL, C. S. de M.. *Mar de dentro: a transformação do espaço na Lagoa da Conceição*. Porto Alegre: UFRGS, 1988. – (Dissertação de Mestrado);
- SANTOS, B. S.. *Um discurso sobre as ciências*. São Paulo: Cortez, 2004;
- SERRANO, C. M. T. & BRUHNS, H. T. (orgs). *Viagens à natureza: turismo, cultura e ambiente*. Campinas: Papirus, 1997. – (Coleção Turismo);
- SEABRA, G. F.. *Ecossistemas do Turismo: o turismo ecológico em áreas protegidas*. Campinas/SP: Papirus, 2001 – (Coleção Turismo);
- SOUZA, M. L.. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. (et al.). *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995;