

## ARTIGOS

### O TURISMO NO FINAL DO SÉCULO XX – UM CONTEXTO PARADOXAL

Carolina de Andrade Spinola \*\*

#### RESUMO

O presente trabalho consiste na análise e sistematização de uma série de textos recentes sobre o panorama do turismo pós-moderno. Autores como Palomeque (1999), Urry (1990), Fluviá & Mena (1998), Donaire (1995), Anton (1997), Bote & Marchena (1996), Vera & Rebollo (1996), Valenzuela (1996) e Feifer (1985) contribuem, partindo de óticas particulares, para uma tentativa de caracterização do cenário atual do turismo no mundo. Paralelamente, procura-se fazer uma comparação entre esta realidade global e a sua repercussão em áreas turísticas periféricas, analisando-se o caso particular do Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo pós-moderno, Turismo de massa, Turistificação do território.

De uma primeira análise da bibliografia referenciada, pode-se afirmar que o cenário atual do turismo no mundo, se assemelha ao que Harvey (1989) denomina de “indeterminação do pós-modernismo”. Aparentemente não existem certezas absolutas. Pelo contrário, a dualidade e a contradição entre as diversas tendências manifestadas, assim como a complementaridade e a relação de causa-consequência, entre as mesmas tendências, e entre elas e as ações implementadas pelas esferas pública e privada, formam um todo indissociável e de difícil análise.

Por natureza o turismo é um fenômeno diverso e de estrutura complexa (Palomeque, 1999). Quando o analisamos partindo de uma escala global, considerando as diferenças existentes entre as regiões do planeta, então estas características se tornam mais evidentes, exigindo dos pesquisadores múltiplas aproximações à questão, partindo de referenciais diferentes. Até que ponto o cenário atual do turismo em destinos mais novos é semelhante ao de destinos consolidados? Como se apresentam estes novos produtos turísticos nas vésperas do século XXI?

Este texto procura fazer uma aproximação entre o conhecimento turístico produzido na Europa, notadamente na Espanha, e o cenário apresentado por destinos consolidados no nível global, traçando um paralelo com o estado da questão no Brasil. A análise da situação do turismo brasileiro é feita mediante a sua contextualização frente a algumas das principais características da atividade neste final de século, identificadas nos textos trabalhados, ressaltando-se alguns pontos de convergência e divergência entre os diversos autores.

Apesar das dificuldades que cercam os esforços de teorização do turismo, tentou-se demarcar algumas tendências para a atividade, presentes em textos recentes de estudiosos da área, que traçariam um quadro referencial para o seu entendimento no momento atual:

**1. Crescimento e expansão da atividade no nível global** – essa tendência é uma das mais explícitas e facilmente identificáveis. Se refere ao crescimento quantitativo dos indicadores da atividade e à sua expansão em termos geográficos, abarcando áreas do planeta até então excluídas do processo:

“Na atualidade, alguns ou muitos países estão prestes a serem engolidos pelo processo turístico. Não é um fenômeno destinado a lugares concretos, mas todos os espaços, atividades (...) podem ser material ou simbolicamente, objeto do olhar turístico” Urry (1990:156)

Este fenômeno também é denominado de generalização espacial do turismo ou “turistificação” do território. (Palomeque, 1997).

As cifras que dão conta da magnitude numérica da atividade são impressionantes por si mesmas, sem se considerar sua evolução no tempo. Segundo dados da Organização Mundial de Turismo – OMT e do Conselho Mundial de Viagens e Turismo – WTTC, em 1998 a atividade turística registrou 625 milhões de chegadas (esse número se refere apenas ao movimento que consta das estatísticas oficiais), um faturamento de US\$ 4,4 trilhões para as empresas do setor, uma geração de US\$ 802 bilhões de impostos e 231 milhões em empregos. Baseados na evolução temporal destes indicadores, estes dois organismos prevêm para o ano 2000 um incremento de 12% nestes

---

\* Doutoranda em Geografia pela Universidade de Barcelona. Professora da UNIFACS e integrante do Núcleo de Gestão & Planejamento do Turismo e da Cultura (DCSA1).

números, alcançando um montante de 1,02 bilhão de chegadas em 2010.

O turismo responde, hoje, por 10,7% do Produto Nacional Bruto mundial, é a maior “indústria” do mundo e emprega 10,6% da força de trabalho global. Todas essas estimativas podem ser confirmadas por algumas tendências anunciadas para a sociedade do século XXI, principalmente nos países desenvolvidos, que terá mais tempo livre para suas atividades de ócio e lazer e melhores condições de conhecer destinos cada vez mais distantes e diferentes.

O “boom” do turismo no Brasil é mais recente e, portanto, a representatividade do país no contexto da evolução do turismo global é bastante tímida. Para o mesmo ano de 1998, o Brasil registrou uma movimentação aproximada de turistas da ordem de 43 milhões de pessoas, das quais apenas 4,8 milhões de turistas estrangeiros, o que situava o país em uma desprestigiada 30a posição do ranking da OMT neste indicador<sup>1</sup>. O faturamento das empresas do setor foi de US\$ 38 bilhões e o número de empregos diretos e indiretos alcançava a casa dos 5 milhões. Entre 1994 e 1998 a rede hoteleira brasileira praticamente duplicou, totalizando hoje cerca de 10 mil meios de hospedagem. O mesmo se verificou com as chegadas de vôos nacionais e internacionais que registraram um incremento de 50% no mesmo período.

Novamente frisamos que ainda que não tenham representatividade no nível global, os indicadores do turismo brasileiro demonstram uma grande evolução quantitativa da atividade nos últimos 10 anos, situando-a como o segundo item das exportações brasileiras em termos de geração de divisas, atrás apenas dos automóveis, tratores e ciclos. Por outro lado, também é oportuno ressaltar a falta de tradição existente no país em levantar estatísticas setoriais de turismo e, portanto, estimar-se uma margem de erros nos dados apresentados, atribuída a aquelas transações não devidamente computadas nos controles formais.

O Brasil faz parte desta nova leva de destinações surgidas na última década sob o rótulo de “exóticas” e, portanto, concorrente natural de destinos consolidados em outras regiões do planeta. Ele próprio um beneficiário do processo de turistificação dos territórios no nível global, embora ainda não o seja internamente. A atividade está concentrada em algumas áreas específicas do país e só recentemente foi iniciado um processo de interiorização do turismo, abordado com mais detalhes em seguida.

**2. predomínio do turismo de sol e praia** - existe uma hegemonia, em uma escala global, do turismo litorâneo frente a outras modalidades de turismo, conformando 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 praia é responsável pela atração dos maiores fluxos de visitantes e tem o seu sucesso associado ao fato de ser a modalidade de turismo mais intensiva e, portanto, mais adequada à exploração industrial<sup>2</sup>.

Segundo Palomeque (1997) o turismo de sol e praia 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.

No Brasil não é diferente, sendo que o mesmo fenômeno está associado à própria localização litorânea das capitais estaduais, que salvo algumas poucas exceções – como é o caso de São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre – estão entre os maiores núcleos urbanos do País. Segundo dados da Embratur – Empresa Brasileira de Turismo, 62% do fluxo internacional recebido pelo Brasil se concentra no litoral, com destaque para as cidades do Rio de Janeiro, Salvador, Florianópolis e Recife. Dentre as cidades mais visitadas por turistas estrangeiros só fogem a essa regra Foz do Iguaçu, em função das famosas Cataratas, e São Paulo, esta última, prioritariamente um destino de convenções e negócios. Este resultado se repete em relação ao turismo interno, com

---

<sup>1</sup> Este resultado já significa uma grande evolução da atividade no Brasil, tendo em vista no ano de 1994 estar ocupando a 43a posição no ranking da OMT.

<sup>2</sup> Um estudo citado no texto de Fluviá & Mena (1998) determinou que esta modalidade de turismo é especialmente sensível à variação da renda dos consumidores. Segundo ele, o aumento de 1% na renda do turista significaria um incremento de 1,76% na sua demanda pelo turismo de sol e praia.

uma maior participação das cidades de Rio de Janeiro, Fortaleza, Recife, Salvador e Porto Seguro nas viagens nacionais.

Reforçando esta tendência, notadamente no nordeste do País – área com a maior porção litorânea e com muitas praias inexploradas – a Política Nacional de Turismo tem priorizado a construção de mega complexos turísticos, próximos a núcleos urbanos consolidados de médio e grande porte, voltados para o turista de alto poder aquisitivo, preferentemente internacional.

**3. movimento de “internacionalização” e “interiorização” do turismo.** Tendências percebidas por Urry (1990) e reforçadas por Donaire (1995) e Palomeque (1997) representam uma das dualidades às quais nos referimos no início deste texto.

Estes dois movimentos, embora aparentemente contraditórios, não são excludentes e acontecem em escalas territoriais distintas. Têm uma estreita correlação com o processo de “turistificação” ou generalização espacial do turismo exposto anteriormente e, sendo, de uma certa forma, até explicados por ele.

A internacionalização do turismo acontece em função de dois fatores: a hegemonia do capitalismo (globalização) e a demanda cada dia mais crescente por experiências e destinos alternativos, que se contraponham à padronização dos produtos turísticos massificados. (Donaire, 1995). Assim, destinos consolidados passam a competir globalmente, com locais exóticos e distantes - agora facilmente alcançáveis pelos meios de transporte modernos - que vêm se somar à concorrência local e regional.

Na escala regional, apesar de se sofrer essa mesma concorrência global, se processa outro fenômeno simultâneo que é a interiorização da atividade, ora como uma estratégia de reestruturação dos espaços turísticos tradicionais, notadamente os litorâneos (Palomeque, 1997), ora como uma preocupação com o desenvolvimento de áreas economicamente deprimidas, ou ainda, como uma ação voltada para a diversificação do produto turístico local.

Na Espanha, a interiorização do turismo parece obedecer a essas três diretrizes ao mesmo tempo, tendo em vista: a) a necessidade de se resolver o problema da saturação de alguns destinos de sol e praia, com a incorporação de áreas interiores adjacentes onde se possa desenvolver modalidades alternativas de turismo; b) a concepção do turismo como fator dinamizador do mundo rural, assumida por muitos planejadores locais e até incorporados pelo Programa LEADER da Comunidade Econômica Européia<sup>3</sup> e c) o desejo de mudar a imagem turística do País que, face aos recursos naturais e culturais existentes, não pode ser lembrado apenas como um balneário europeu. (Palomeque, 1997 e 1999).

Como o desenvolvimento do turismo no Brasil é bem mais recente e a ocupação massiva do espaço apenas nos últimos anos começou a manifestar de forma clara seus efeitos desestruturantes sobre o território<sup>4</sup>, o movimento de interiorização se credita apenas aos dois últimos fatores, como uma ferramenta de desenvolvimento local e uma estratégia de diversificação do “produto Brasil”.

Novamente a Política Nacional de Turismo inclui dentre as suas metas a descentralização da atividade turística, através da promoção e dinamização de núcleos turísticos no interior do país. O Brasil conta com 1680 municípios considerados de interesse turístico, número que pode dar a dimensão dos recursos turísticos existentes, esperando para serem incorporados pela atividade. O PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo e o Programa de Municipalização do Turismo são os dois principais instrumentos utilizados pelo governo neste sentido.

É necessário, entretanto, que essas áreas consideradas de interesse turístico sejam inventariadas e categorizadas segundo região e nível de interesse para a atividade, para favorecer a adoção de estratégias regionais e evitar-se situações de competição entre localidades vizinhas.

Para que a interiorização do turismo aconteça no Brasil também é necessário baixar o custo do turismo interno que, nos níveis em que é praticado, torna-se impeditivo a qualquer estratégia de

---

<sup>3</sup> O turismo rural ocupa 50% dos investimentos do Programa LEADER na Catalunha. (Palomeque, 1999).

<sup>4</sup> Ver trabalhos de Coriolano (1998) no litoral do Ceará, Lima (1997) em Fernando de Noronha, Menezes e Santiago (1997) em Florianópolis e Calvente (1996) sobre as comunidades turísticas de Ilhabela, São Paulo.

incremento das receitas domésticas. Neste mesmo sentido é oportuna uma reavaliação da ênfase que é dada pelos promotores da atividade ao turista estrangeiro. Acredita-se que seja muito importante tendo em vista apresentar um gasto médio diário superior ao do turista nacional, mas temos que nos lembrar das dificuldades de se procurar sobreviver deste público em tempos de mercados globalizados.

Por fim, há que se mudar a imagem do País no exterior. Invariavelmente o Brasil está associado ao samba, às mulatas, ao futebol e à floresta Amazônica, sem falar nos aspectos negativos como a violência e a oferta de opções de turismo sexual, estas últimas bastante apreciadas por segmentos de turistas europeus e asiáticos.

**4. a aparente crise da massificação.** Essa parece ser uma tendência global do turismo que se situaria como uma das causas determinantes da mudança de paradigmas que se processa na atividade, que está migrando do chamado “modelo fordista” para o modelo pós-fordista<sup>5</sup> (Anton et alii, 1997).

Entretanto, Donaire (1995) situa a necessidade de se esclarecer que essa suposta crise do turismo de massas atinge, na realidade, apenas alguns dos elementos que o caracterizam quais sejam a estandardização e a homogeneidade dos produtos turísticos.

Em função de sua estreita vinculação com o turismo de massa, o turismo de sol e praia é o primeiro que apresenta os sinais da aparente crise do modelo. Isto já acontece nas destinações litorâneas da Europa há algum tempo, gerando situações como a mudança do perfil dos turistas<sup>6</sup>, com estes locais passando a atrair um público menos exigente, com menor poder aquisitivo e menos consciente das questões ambientais, gerando, como observado por Palomeque (1999) um conflito entre qualidade e quantidade.

Para Fluviá & Mena (1998), contudo, o exame das evidências disponíveis não permite afirmar que o turismo de sol e praia esteja em regressão em termos absolutos mas sim em termos relativos, manifestada de formas sutis como a diminuição do período médio de estadia dos turistas e do gasto per-capita, este último elemento uma consequência da mudança do perfil econômico desse público. Para ele, a mudança dos gostos e preferências dos turistas é algo dificilmente quantificável, embora seja praticamente um consenso entre os textos analisados, a alteração qualitativa percebida no perfil dos turistas que procuram as destinações de sol e praia consolidadas.

De qualquer forma, percebe-se uma grande ênfase das políticas turísticas desta região, notadamente da Espanha, para a problemática do turismo de qualidade e da diversificação de produtos, em detrimento de ações voltadas para a atração maiores fluxos de visitantes. (Bote & Marchena, 1996).

O Brasil segue firme rumo ao incremento do turismo de massa. Quanto à opção pelo turismo de qualidade, algum tempo será necessário, visto que continuamos praticando um modelo de atividade que privilegia o incremento dos fluxos de visitantes e dos indicadores numéricos, frente às questões ambientais e sociais que permeiam o paradigma pós-fordista.

**5. necessidade de regulação por parte do estado x diminuição do Estado** - essa, de fato, é uma tendência contraditória pois se, de um lado, o papel do estado como normatizador e ordenador da atividade turística se torna mais necessário em função da desestruturação espacial que ele tem causado com seu crescimento espontâneo, se verifica neste final de século um menor envolvimento da administração pública no sistema produtivo e territorial e um menor peso político nas decisões econômicas, conformando o que se denomina de “diminuição do estado”. (Palomeque, 1998)

A importância da administração pública na regulação da atividade turística é uma opinião recorrente entre muitos estudiosos da matéria ( Palomeque, 1998; Bote & Marchena, 1996; Fayos-Solá, 1996;

---

<sup>5</sup> O modelo fordista de produção do turismo corresponderia, segundo o autor, a uma etapa da evolução da atividade caracterizada pela elaboração e produção estandardizada de produtos turísticos, orientados para mercados amplos e pouco segmentados. O modelo pós-fordista, surgido a partir de meados da década de 80, se caracteriza por novas tendências da demanda e da oferta, como uma maior segmentação do mercado, maior flexibilidade dos produtos, sustentabilidade ambiental e social e gestão calcada na competitividade.

<sup>6</sup> Ainda segundo o estudo citado no texto de Fluviá & Mena, a propensão marginal ao consumo do turismo de sol e praia decresce em função do poder aquisitivo do consumidor.

Vera Rebollo, 1996 e Valenzuela, 1996) que, de maneira mais ou menos intervencionista, defendem sua propriedade em aspectos como: a) ordenação e orientação – regulamentação dos serviços turísticos; b) facilitação e estímulo ao desenvolvimento da atividade através de investimentos públicos e promoção; c) financiamento e gestão direta, a depender do estágio de evolução da atividade num dado território.

Até mesmo autores como Fluviá & Mena (1998) que apregoam uma maior presença do setor privado no desenvolvimento da atividade turística a nível local, admitem que a intervenção do poder público é necessária para cobrir eventuais falhas nas ações dos empresários e garantir a sustentabilidade da atividade.

No Brasil a administração pública exerce um papel predominante na definição e execução das políticas setoriais de turismo. A iniciativa privada está representada pelos seus respectivos órgãos de classe, que se mobilizam para defender os direitos e as estratégias de negócios de seus associados. Em algumas ocasiões esporádicas se verifica a formação de “pools” para a promoção de destinos e/ou atração de eventos. A iniciativa privada participa, teoricamente, da definição das diretrizes do turismo brasileiro mas sua ação, é muito pulverizada entre os diversos interesses dos empresários do setor.

O Estado atua simultaneamente como ordenador, facilitador e financiador da atividade. Dentre estas atribuições, até como uma consequência deste movimento de diminuição do Estado, tem se concentrado no papel de facilitador e captador de investimentos privados para regiões prioritárias, repassador de financiamentos, através de linhas de crédito específicas para o setor e promotor do “produto Brasil”. Sua função regulamentadora é frágil, como de resto acontece com toda a estrutura do Estado brasileiro, principalmente porque ainda não se conseguiu um grau de descentralização da atividade a nível de municípios e pequenas regiões, como acontece na Espanha, o que facilitaria a ordenação e normatização da atividade.

**6. perda da autenticidade do turismo** – essa aparece como uma das características mais marcantes do turismo contemporâneo. Gerada pelo processo de globalização e massificação da atividade que termina por tornar iguais lugares diferentes e eliminar as peculiaridades locais em prol de um todo comercializável.

A despeito do que se imagina, esta não é uma característica que passa despercebida aos turistas modernos, a quem Feifer (1985) denomina de pós-turistas. Segundo ele: “ O pós-turista sabe que não é um viajante do tempo quando visita um lugar histórico, nem um selvagem quando está em uma praia tropical (...) não se evade nunca de sua condição de forasteiro” (Feifer, 1985:271)

De fato, o turista sabe que, em muitas ocasiões, não está vivendo uma experiência singular, original, mas isso não tira em nada o encanto desta experiência, frente ao cotidiano e à rotina de sua vida em casa. Face a essa certeza, se distingue dois tipos de turista: aquele que busca o contexto espacial e o que busca o contexto a-espacial. (Donaire, 1995).

No primeiro caso, encontram-se aqueles que estão no centro da suposta crise do turismo de massa. Pessoas que não se conformam em consumir experiências padronizadas em lugares distintos e que valorizam o diferente, o original, o exótico, incluindo neste grupo aqueles para os quais o turismo também é uma forma de intercâmbio entre culturas, de aprendizado. O segundo grupo é mais numeroso e, viajando individualmente ou através de pacotes, estas pessoas procuram diversão e segurança. Conscientes de que não vivem uma experiência única, fazem de conta que sim. Muitas destas pessoas podem nem querer viver situações muito diferentes das cotidianas e por isso buscam referenciais conhecidos em produtos padronizados.

O fato é que o mercado turístico hoje conta com estes dois tipos de demanda, absolutamente opostas em suas expectativas e que exigem muita flexibilidade por parte da oferta. A conjugação do turismo de massa como ele existe, com modalidades de turismo alternativo a exemplo do ecoturismo e do turismo rural, principalmente nas ações de marketing das empresas, é uma das estratégias escolhidas para enfrentar o momento atual. Também no Brasil se procura estabelecer a mesma estratégia dual, conjugando o singular com o padronizado.

**7. uma organização empresarial pós-fordista**- por fim, também as empresas se viram forçadas a

mudar seus modelos de gestão para se adaptar ao paradigma pós-fordista ou pós-cookista<sup>7</sup>, como denomina Donaire (1995).

Estas mudanças incluem a adoção de novas pautas organizacionais e tecnológicas, a informatização, o uso intensivo das telecomunicações, a difusão espacial, flexibilidade laboral e redução de custos com a incorporação de grupos marginais a exemplo das mulheres, minorias étnicas e jovens. As fusões entre grandes grupos empresariais também tem sido uma realidade no setor turístico, assegurando às empresas maiores condições de competição global.

O atendimento ao cliente e o serviço de qualidade se tornaram prioritários, não somente para a sobrevivência dos negócios isoladamente, como também para a manutenção dos destinos. Como ressaltam Fluviá & Mena (1998), a prática dos “comportamentos imorais” por parte dos empresários podem gerar focos externos negativos de natureza colateral e inter-temporal sobre o conjunto da oferta do município turístico.

De todos os aspectos considerados neste texto, este é o que se reproduz de maneira mais semelhante no cenário brasileiro. A despeito dos equívocos que vêm sendo cometidos no planejamento e nas diretrizes básicas da atividade a nível nacional, percebe-se que o setor empresarial de alguma forma se descola desta realidade, apresentando, em grande parte dos empreendimentos existentes, notadamente nos pólos turísticos mais consolidados, um nível de profissionalismo e de adequação às tendências do mercado acima da média. O setor privado parece ser o componente mais dinâmico, flexível e adaptável às mudanças da estrutura turística do país.

Cabe ressaltar o avanço das redes transnacionais no setor, representadas, principalmente, pelas grandes cadeias hoteleiras, o que merece atenção especial da sociedade, notadamente quando se discute o compromisso e a contribuição da iniciativa privada para o desenvolvimento das comunidades onde se instala a atividade turística.

### **Considerações Finais**

Dos textos analisados pode-se perceber que, excetuando-se algumas poucas divergências de opiniões que, inclusive, são parciais, existe um entendimento razoavelmente homogêneo, por parte dos autores, do que seja o cenário do turismo pós-moderno neste final de século.

Este trabalho, sem a pretensão de esgotar o assunto, buscou fazer uma sistematização das características do turismo atual mais recorrentes nos textos analisados, enumerando as que se seguem: 1) crescimento e expansão da atividade a nível global; 2) predomínio do turismo de sol e praia; 3) movimento de “internacionalização” e “interiorização” do turismo; 4) a aparente crise da massificação; 5) necessidade de regulação por parte do estado x diminuição do estado; 6) perda da autenticidade do turismo e 7) o surgimento de uma organização empresarial pós-fordista.

Considerando-se que todos os autores contemplados analisam o cenário turístico partindo de um referencial e de uma experiência européia, é importante alertar para a natureza globalizada deste cenário, visto que ele não se restringe territorialmente e apresenta as mesmas tendências, de maneira mais ou menos perceptível, em países considerados periféricos e com muito menos tradição na atividade como o Brasil.

Do paralelo desenhado entre o cenário global do turismo neste final de século e a sua reprodução no Brasil fica claro a semelhança das características do momento vivido. Entretanto, também não poderia deixar de ser comentada, e aqui o faço rapidamente tendo em vista não ter sido este o objetivo do presente texto, a insistência da Política Nacional de Turismo em reproduzir também os equívocos cometidos por destinações consolidadas em outras partes do mundo.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BOTE, Venancio & MARCHENA, Manuel. Política Turística. *Introducción a la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas, 1996, p.295-326

---

<sup>7</sup> O termo pós-cookista utilizado por Donaire faz uma alusão a Thomas Cook, a quem se atribui a organização da primeira excursão nos moldes modernos, em 1841, na Inglaterra.

- CALVENTE, Maria del Carmen M.H. O impacto do turismo sobre comunidades de Ilhabela (SP). *Turismo Impactos Sócioambientais*. São Paulo: Hucitec, 1999, p.85-92.
- CORIOLOANO, Luzia. *Do Local ao Global: o turismo litorâneo cearense*. Campinas: Papirus, 1998, 160 p.
- DONAIRE BENITO, José Antonio. El turismo en una sociedad post-industrial – algunas propuestas conceptuales. La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques. *II Jornades de Geografia del Turisme*, Palma de Mallorca, 1995, p.179-186.
- FAYOS-SOLÁ, Eduardo. La nueva política turística. *Arquitectura y Turismo: Planes y Proyectos*. Barcelona: UPC, 1996, p. 59-70
- FLUVIÁ, Modest & MENA, Francesc. Política Turística: entre la sostenibilidad y el desarrollo económico. *La competitividad turística del municipio*. Estudios de gestión turística. Barcelona: ESADE, 1998, p.34-41.
- LIMA, Maria Lúcia F. da Costa. Arquipélago de Fernando de Noronha: Um avaliação dos conflitos entre a demanda turística e os objetivos de conservação da natureza. *Turismo e Ambiente: Reflexões e Propostas*. São Paulo:Hucitec, 1997, p.138-148.
- MENEZES, Dalma Lúcia & SANTIAGO, Alina Gonçalves. Ilha de Santa Catarina: paisagem litorânea em transformação. O caso da Lagoa da Conceição. *Turismo e Ambiente: Reflexões e Propostas*. São Paulo: Hucitec, 1997, p. 108-116.
- PALOMEQUE, F. López. *La generalización espacial del turismo en Cataluña y la nueva dialéctica litoral-interior*, 1997
- PALOMEQUE, F. López. Desregulación y marginalidad. *Nuevas políticas públicas y nuevos enfoques de planificación turística*, 1998
- PALOMEQUE, F. López. Diez hipótesis sobre el turismo en España. IN: VALENTÍ, José. *Colección Homenajes*, Universidad de Barcelona, 1999.
- VALENZUELA, M. Turismo y territorio. *Estudios Turísticos*, n.89, 1986, p.39-53.
- VERA REBOLLO, F. La variable territorial en los procesos de desarrollo turístico. *Arquitectura y Turismo: Planes y Proyectos*. Barcelona: UPC, 1996, p.87-98