

FAESNE
ENSINE
FACULDADES

Vol I – Nº 1 | Agosto 2014

ISSN 2358-1905

REF

REVISTA ELETRÔNICA DA FAESNE



TURISMO CULTURAL: CULTURA, IDENTIDADES NA ERA PÓS-INDUSTRIAL.

CULTURAL TOURISM: CULTURE AND IDENTITY IN POST-INDUSTRIAL ERA.

MsC Adriana Brambilla
Universidade Federal da Paraíba- Brasil
Universidade de Aveiro- Portugal
Coordenadora do GCET/Cnpq

Drª Maria Manuel Rocha Teixeira Baptista
Universidade de Aveiro- Portugal

MsC. Elídio Vanzella
Professor Ensino Faculdades – Brasil

Resumo: O turismo definido como o deslocamento voluntário e temporário para um local distinto de onde o viajante, isto é, o turista, reside, tem se tornado objeto de discussão de diversos pesquisadores de áreas distintas. Para alguns autores, é visto como uma imposição da sociedade industrial, como forma de recuperar as forças despendidas no trabalho, de forma a assegurar, ou até mesmo aprimorar, a produtividade, tornando as viagens, mero produtos de consumo ofertados pelas localidades, e impostos pela sociedade industrial. Estes autores diferenciam as viagens da modernidade, daquelas em que os viajantes visavam adquirir conhecimento, os *grand tours*, típicos do pré-turismo. Muitos autores associam o turismo da era industrial ao turismo de massa, caracterizado por um grande número de viajantes para um mesmo destino, que acaba sentindo os impactos ambientais e culturais, resultantes do excesso de visitantes ao longo do tempo, gerando um sentimento de rejeição por parte da população receptora, e de frustração, por parte dos visitantes. Para outros pesquisadores, o turismo pode ser motivado pelo aprendizado, pela autenticidade e conhecimento, em uma sociedade pós-moderna. Neste sentido, destaca-se o turismo cultural, entendido não só como uma visita ao passado, mas também como um interesse no modo de vida contemporâneo. O turismo cultural, disposto por vários nichos, ou sub-segmentos, tem como intuito, a visita a patrimônios culturais que podem ser materiais ou imateriais, e inclui o interesse pela vivência e experiência na localidade visitada, proporcionando uma melhor compreensão da vida local, e um intercâmbio de experiências entre visitantes e visitados. O presente artigo, assim, tem como objetivo, através de uma pesquisa bibliográfica, propor uma discussão dos autores em relação ao papel do turismo na sociedade atual.

Palavras-chave: turismo, cultural, industrial, pós-industrial.

Abstract: The tourism defined as the voluntary and temporary shift to a different location where the traveler, ie the tourist, resides, has become a subject of discussion for many researchers in different fields. For some authors, it is seen as an imposition of industrial society, as a way to regain your strength spent at work, to ensure, or even enhance, productivity, making traveling, mere consumer products offered by localities, and imposed by industrial society. These authors distinguish the voyages of modernity, in which those travelers sought to acquire knowledge, grand tours, typical of pre-tourism. Many authors associate the industrial tourism to mass tourism, characterized by a large number of passengers to the same destination, which ends up feeling the environmental and cultural impacts resulting from the excess of visitors over time generating a feeling of rejection by part of the recipient population, and frustration on the part of visitors. For other researchers that have a different position, tourism can be motivated by learning, the authenticity and knowledge in a postmodern society. In this regard, we have the cultural tourism, understood not only as a visit to the past, but also as an interest in the contemporary living. Cultural tourism, with several niches or sub-segments, is characterized by the intention to visit the cultural heritage that can be tangible or intangible, and includes an interest in lived experience in the visited location, providing a better understanding of local life, and an exchange of experiences between visitors and visited. This article thus aims, through a literature search, to discuss the point of views of some authors, about the role of tourism in society today.

Keywords: tourism, cultural, industrial, post-industrial.

1. Introdução

O turismo pode ser compreendido como um deslocamento voluntário de indivíduos para locais diferentes de onde residem habitualmente, e, de acordo com Krippendorf (1989), esse deslocamento faz parte das necessidades criadas pela sociedade atual, em que o turismo passou a ser a forma de lazer mais desejada pelos membros da sociedade de consumo. Pode-se assim compreender que, mesmo sendo um movimento voluntário, o turismo, para Krippendorf (1989), é resultado da pressão da rotina de trabalho a que as pessoas estão subordinadas, funcionando como uma válvula de escape do dia-a-dia, como explica Urry (1990), ao considerar o turismo um tempo de oposição ao trabalho, pois o turismo e o trabalho encontram-se em esferas separadas nas sociedades atuais.

Redfoot (1984) afirma que, historicamente, havia muitas razões para se viajar e que podiam abranger desde a conquista de terras até as viagens motivadas por

peregrinações religiosas, em que estes viajantes eram considerados heróis ao se aventurarem para locais totalmente desconhecidos, diferentemente do turista da atualidade, pois enquanto o viajante aventureiro era um produtor de experiências, o turista é apenas um consumidor de atrações já conhecidas. O autor analisa diferentes visões sobre o turismo agrupando-as em dois focos: o primeiro, em que alguns pesquisadores (Boorstin, 1961; Turner e Ash, 1976; Sontag, 1977; Fussell, 1980) consideram que o capitalismo converteu a experiência turística em uma mercadoria a ser vendida em um mercado de massa, vendo o turista como alguém que busca uma “pseudo-experiência” (Boorstin, 1962), pois a inautenticidade do turista é um reflexo da inautenticidade da sociedade, quando o ter substitui o ser, pois o turista não precisa vivenciar uma experiência, mas apenas adquirir uma, através de um pacote turístico; e, o segundo foco, em que o turismo é uma forma de ritual para a sociedade em que a atividade absorveu algumas das funções da religião no mundo moderno. A dimensão da vida social analisada neste trabalho é a sua autenticidade, ou, mais exatamente, a busca de autenticidade da experiência que está em toda parte, se manifestando na sociedade (MACCANELL, 1976). Assim, Reedfoot (1984) constata que estamos diante de duas imagens concorrentes sobre a experiência do turista, a noção generalizada de que o turismo é uma experiência superficial, trivial e artificial e a noção de MacCannell de que a experiência turística é uma busca sincera por autenticidade, a peregrinação do homem moderno. Redfoot (1984) sintetiza que, enquanto muitos autores consideram o turismo um consumidor de culturas, uma metáfora para a inautenticidade geral da vida moderna, a exemplo de Fussell (1980), que considera o turismo uma forma decadente de viajar quando comparado às viagens de exploração, e de Boorstin (1962) que considera que, enquanto explorador, o viajante costumava trafegar para encontrar o inexplorado, e o turista, usa as agências de viagens, para evitar esses encontros. Outros autores, como MacCannell, tem uma posição oposta e veem os turistas como peregrinos. Neste sentido, o autor explica que, mesmo com visões opostas, esses estudiosos concordam que o turismo representa uma metáfora para aspectos mais profundos da sociedade atual. E por isso, o autor vê que o turista é condenado por todas atitudes: condenado a inautenticidade se ele permanece satisfeito com a realidade superficial, condenado ao absurdo de "correr atrás dos vestígios de uma realidade que desapareceu" se ele busca uma existência mais autêntica, e prossegue citando

Fussell (1980:49)"... os anti-turismo iludem apenas a si mesmo. Somos todos turistas, agora, e não há como escapar."

2. O turismo: industrial e pós-industrial

Krippendorf (1989) inicia seu livro "Sociologia do Turismo" afirmando que a sociedade humana tão sedentária até recentemente, pôs-se em movimento, e faz uma análise interessante ao buscar uma resposta para a seguinte questão: Qual é a origem da mobilidade nos dias de folga, que em especial, caracteriza, os habitantes da cidade, e à qual dedicam 40% do tempo livre de que dispõem? (KRIPPENDORF,1989). O autor declara que o ser humano não nasceu turista, mesmo reconhecendo que a curiosidade de conhecer lugares diferentes e distantes seja uma necessidade básica, pois explica que essa **necessidade** em adquirir conhecimentos, típica do *grand tour*, em que as classes dominantes enviavam seus filhos para outros países a fim de estudarem, é diferente do que se chama de turismo na modernidade. Krippendorf (1989) faz uma diferenciação entre o ser humano que viajava motivado por aprender, por ter novas experiências, do turista industrial, que considera como aquele que viaja, não por uma necessidade própria, mas por uma imposição da sociedade, mesmo que disfarçada por outras razões.

A essas duas diferenciações acrescenta-se o turista pós-moderno ou pós-industrial, pois enquanto fenômeno social, o turismo pode ser analisado por três fases: o pré-turismo, relacionado com a sociedade tradicional, com a época do *grand tour*; o turismo industrial, relacionado ao turismo de massa refletindo a Modernidade e o pós-turismo análogo à Pós-Modernidade. O pré-turista, a que Krippendorf (1989) se refere como o ser humano motivado por aprendizado, está ligado às viagens como um processo de aprendizagem muito ativo, um meio de viver a história e completar a educação, sendo este pré-turismo considerado a origem do Turismo Cultural, uma vez que, era um meio para aprender mais sobre as culturas de diferentes partes do mundo e de refletir sobre a própria cultura. (RICHARDS, 2006).

O turismo, enquanto atividade característica da sociedade industrial surge no século XIX, como uma forma de descanso relacionado ao trabalho, que após a Segunda Guerra Mundial passa a ser caracterizado como uma atividade de massa e a ser chamado de indústria, pela idéia de utilizar muitos recursos econômicos. O turista industrial é resultante dessa sociedade, que com a mecanização do trabalho

e do cotidiano, encontra no turismo uma “fuga da rotina”, a causa para muitos autores de turismo incluírem essa fuga como uma motivação de viagem importante nas definições do turismo. Krippendorf (1989) refere-se ao turismo como uma atividade criada pela sociedade industrial, pois, o grande êxodo das massas é consequência das condições geradas pelo desenvolvimento industrial e analisa que a era industrial, em que se insere o turismo de massa, é submissa à economia, uma vez que esta reina soberana na civilização. Esta era, também denominada de fordismo, é caracterizada por um rígido controle da produção, como forma de maximizar a quantidade produzida, e pela recompensa pela produtividade, isto é, a remuneração com base no que se gera, e que por isso Krippendorf, usa o termo indústria do lazer para se referir ao turismo, como um bem de consumo oferecido pela sociedade industrial que se apoderou do tempo livre e oferece às pessoas formas de lazer, dando a essa relação o nome de ciclo de reconstituição do ser humano, em que as viagens recarregam as baterias para que as pessoas, ao voltarem das férias, estejam mais produtivas. Carlos (*in* YÁZIGI, 1996) argumenta que de atividade espontânea, o turismo, passa a ser cooptado pela sociedade de consumo que tudo o que toca transforma em mercadoria, tornando o homem um elemento passivo, perdendo sua espontaneidade, e passando a ser também um produto de consumo.

O turismo de massa baseado no modelo fordista tinha como base a oferta de poucos atrativos para o maior número de turistas possível, em uma relação típica da economia de escala, que levava ao excesso de carga e à saturação dos locais. Diante dessa saturação, tanto por parte da oferta turística como da demanda, o turismo começa a buscar alternativas em resposta a esse modelo, entrando na fase do pós-turismo em uma analogia à sociedade pós-industrial. Essa sociedade caracterizada por uma era de riscos, de incertezas (GALBRAITH, 1986), de dúvidas perante as ameaças que surgem frente a essa sociedade, e típicas da sociedade pós-industrial (DRUCKER, 1995) ou da sociedade do descarte (TOFLER, 1970), é explanada por Beck (1992) em uma análise sobre a questão do risco na Modernidade Reflexiva, pois considera que os impactos negativos causados pela sociedade industrial agora são conhecidos e há uma procura por soluções, a que denomina de Sociedade de Risco. Neste sentido, as questões da sustentabilidade do turismo são uma característica da era pós-industrial, isto é, do pós-turismo, como

resultado do conhecimento dos impactos causados pelo turismo de massa, característicos da sociedade moderna. Essa conscientização dos impactos do turismo está relacionada à noção de risco que segundo Beck, marca uma intensificação geral da insegurança ontológica; um senso geral de ansiedade sobre a ameaça tecnológica que representa para a continuidade da vida (ABBINNETT, 2003) e que afeta diretamente as identidades culturais.

Maffesoli (1995) analisa que, se antes (Modernidade) havia uma relação de confiança estabelecida, em que as relações trabalhistas eram bem estabelecidas e existia um projeto de vida, hoje (Pós-Modernidade) as relações trabalhistas são fluidas, e o projeto de vida, quando existe, é pensado na incerteza. Neste aspecto, Lyotard (1987) considera essa instabilidade e fluidez nas relações como características da vida Pós-Moderna, distinguindo-as da Modernidade. O pesquisador também argumenta que a relação entre capital e controle técnico científico deve ser entendida como tendo acelerado a produção de realidade até o ponto onde a falta de sua presença tem tornado-se a característica definidora da Modernidade. O autor explica que na Pós-Modernidade acabam-se as metanarrativas no sentido de explicarem todos os acontecimentos. (ABBINNETT, 2003), o que reflete diretamente na forma de fazer turismo, buscando cada vez mais uma aproximação à cultura local, às histórias pessoais.

Na era pós-industrial conhecida também como era do conhecimento ou ainda do capital intelectual, o incentivo é ao pensamento, à inovação e, portanto, em oposição ao Fordismo, o grande valor não é a força aplicada pelo trabalhador, mas sim sua capacidade intelectual, onde o conhecimento passa a ser o grande ativo das organizações (DRUCKER, 1992, 1995, 1999). Essa transição mostra a relação entre o controle, a racionalidade característica da Modernidade e a ausência de controle total, a subjetividade relacionada à Pós-Modernidade. Na primeira, os meios de produção são totalmente controlados pelo produtor, que detém o capital, os equipamentos e o *know-how*, enquanto no segundo, embora os meios também pertençam ao produtor, este perdeu o poder de controlador único, uma vez, que depende diretamente dos conhecimentos, das informações do contratado, ou seja, depende do seu intelectual. Essa era pós-industrial, segundo Harvey (1997) caracteriza-se pela compressão do tempo-espaço, identificando a Pós-Modernidade a um ritmo de vida mais acelerado, o indivíduo perdido no tempo e no espaço, a

volatilidade e a efemeridade em um processo de descontinuidade que afeta as sociedades.

Em consequência desta aceleração, Urry (1995, 2002), tem desenvolvido a noção do olhar do turista de forma cada vez mais subjetiva, oferecendo opções crescentes de categorias de turistas para exemplificar sua variação. (Crawshaw e Urry, 1997), pois as ofertas turísticas passam a ser personalizadas ou customizadas, dando origem aos segmentos como o Turismo Cultural.

2.2 Turismo Cultural

O turismo, em resposta às demandas da sociedade pós-industrial, vem se dividindo em vários segmentos e nichos, e como resultado dessa divisão, o surgimento de tipos de turismo que vão se adequando não só à demanda, mas também às características dos núcleos receptores, o que permite atender, de forma mais criteriosa, diferentes públicos e viabilizar a implantação de atividades turísticas em diversos locais, e não apenas nos grandes centros urbanos ou nos locais de sol e mar. Regiões antes, sob o ponto de vista do turismo de massa, sem qualquer atrativo turístico têm-se tornado, altamente atraentes para o turismo, após a definição dos segmentos de atuação turística. Entre estes segmentos, o turismo motivado pela cultura, denominado de turismo cultural e interesse deste trabalho, é definido por Timothy e Boyd (2006) como o interesse do turista em se deslocar de seu lugar de residência para assistir e participar de atividades culturais sejam elas visitas a museus, manifestações artísticas e culturais, representações, entre outras.

O Ministério da Cultura do Brasil compreende ser o turismo cultural um conjunto de atividades turísticas relacionadas à vivência de elementos significativos do patrimônio histórico-cultural, promovendo e valorizando os bens materiais e imateriais da cultura. Portanto pode-se afirmar que esse segmento turístico, implica na troca de experiências entre o visitante e a população receptora, tornando-se importante ressaltar o termo “vivência”. Quanto mais a comunidade participa do processo de planejamento, mais enriquecedor será o conhecimento adquirido pelo turista durante a visitação, pois ele se envolve na realidade daquele lugar e procura conhecer a história e os símbolos expressos nos bens materiais e imateriais.

Turismo cultural é o acesso ao patrimônio cultural, ou seja, à história, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade. Caracteriza-se, também, pela

motivação do turista em conhecer regiões onde o seu alicerce está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas (MOLETTA, 1998). Smith (2003), explica que o Turismo Cultural não relaciona-se apenas ao passado, mas também ao presente, isto é, baseia-se “tanto na história de um local e do seu povo, como na sua vida contemporânea”, que Richards (2006) denomina de modo de vida das pessoas de uma região. No intuito de evitar a padronização dos atrativos culturais, há que, como salienta Richards (2006), haver uma aproximação dos setores turísticos e culturais para que possam criar novos produtos culturais e que sejam inovações para o turismo cultural, e ao mesmo tempo, encontrem formas inovadoras do turismo apoiar a cultura. Neste sentido, Richards (1996) afirma que o turismo cultural não é mais apenas a preservação do passado, pois na era pós-industrial, o turismo cultural é caracterizado por consumidores interessados na cultura em diferentes aspectos.

3. Metodologia

Este trabalho é uma pesquisa, que conforme assevera Minayo (1993), é atividade básica das ciências na sua indagação e descoberta da realidade. Pesquisa é a construção de conhecimento original de acordo com certas exigências científicas. É desejável que uma pesquisa científica preencha como requisitos, a existência de uma pergunta que se deseja responder, a elaboração de um conjunto de passos que permitam chegar à resposta e a indicação do grau de confiabilidade na resposta obtida (GOLDEMBERG, 1999).

A metodologia utilizada para o desenvolvimento do presente artigo foi a pesquisa bibliográfica, visando subsidiar as perspectivas em que o assunto é tratado na literatura científica. A pesquisa bibliográfica, explica Salomon (2004), fundamenta-se em conhecimentos proporcionados pela biblioteconomia e documentação, entre outras ciências e técnicas empregadas de forma metódica envolvendo a identificação, localização e obtenção da informação, fichamento e redação do trabalho científico.

Para elaborar e documentar um trabalho de pesquisa científica é necessário que a busca por informações bibliográficas seja planejada, sendo assim, Salomon (2004), orienta para dividir a pesquisa em três fases, onde a primeira fase é da preparação da pesquisa, nela a informação é localizada e identificada. Durante a

seleção das fontes de informação o pesquisador deverá buscar toda a informação disponível na literatura científica de interesse, em artigos de periódicos, relatórios técnicos, anais de congressos, teses, dissertações, entre outras, seja em meio impresso ou eletrônico. A segunda fase é a de realização e compreende a realização do fichamento do documento obtido que será selecionado para a elaboração da redação do trabalho científico, por meio da confecção de fichas de leitura (ECO, 2003). Por último, a fase da comunicação, que segundo El-Guindy (2004), é a coroação do trabalho de investigação científica, e ao mesmo tempo, o momento de maior realização do pesquisador, pois é nessa etapa que ocorre a redação do trabalho científico por meio do material identificado e organizado conforme os propósitos da pesquisa.

4. Considerações finais.

O turismo, e em particular o turismo cultural, tem despertado o interesse de investidores, considerando o aumento do fluxo turístico, mas há que se observar que esta atividade deve respeitar as peculiaridades regionais e, a partir destas, organizar suas ofertas. Na busca por geração de receita, muitas localidades têm criado atrações culturais artificiais que distorcem as tradições, os valores regionais e acabam decepcionando o visitante quando este percebe que foi ludibriado. Lemos (2000) adverte para a preservação patrimonial com a preocupação exclusiva para atender às exigências turísticas. Em um processo de globalização é necessário evitar a homogeneização como forma de seguir modelos que funcionam em outras localidades, considerando que o turismo cultural deve ter como propósito o respeito às identidades locais e não a massificação turística, típico da sociedade industrial, em que produtos padronizados eram oferecidos ao maior número de consumidores em uma economia de escala, pois não se pode oferecer os mesmos eventos culturais e itinerários, os provedores de produtos turísticos necessitam trabalhar mais estreitamente com o setor cultural a fim de encontrar formas inovadoras de turismo (RICHARDS, 2006). É neste sentido, que se desenvolveu a presente comunicação, através de pesquisa bibliográfica com o objetivo de discutir o Turismo Cultural em uma visão de respeito às identidades, para evitar que o turismo passe, de atividade espontânea, a ser cooptado pela sociedade de consumo que, tudo o que toca, conforme expõe Carlos (*in* Yázigi, 1996), transforma em mercadoria,

tornando o homem um elemento passivo, perdendo sua espontaneidade, e passando a ser também um produto de consumo, resultado da sociedade industrial, ou ainda como expõe Krippendorf (1989), a massificação do turismo surge não como uma ruptura do trabalho, mas como um mecanismo criado pela própria sociedade industrial como forma de reposição das forças para que os trabalhadores mantenham a sua produtividade. A massificação do turismo cultural pode levar à descaracterização dos locais criando cidades artificiais que não são reconhecidas pelos seus moradores e gerando um sentimento de rejeição por parte destes residentes, que Krippendorf chama de revolta, em que há uma reação da comunidade com o objetivo de expulsar os visitantes que estão descaracterizando seu *habitat*, destruindo seus patrimônios, e ainda, uma desilusão do turista, em especial do turista cultural, que, atualmente busca muito mais que apenas visitar locais históricos, busca vivenciar as experiências regionais e conhecer, o que denominamos de patrimônio pessoal, ou seja, a história de vida dos moradores, o cotidiano das pessoas que fazem parte daquela comunidade. O turista cultural da atualidade é o reflexo da sociedade pós-industrial, em que a massificação e a economia de escala, foram substituídas pela customização e a economia de escopo. Essa era pós-industrial, segundo Harvey (1997), caracteriza-se pela compressão do tempo-espaço, identificando a Pós-Modernidade a um ritmo de vida mais acelerado, o indivíduo perdido no tempo e no espaço, a volatilidade e a efemeridade em um processo de descontinuidade que afeta as sociedades em seus fatores econômicos, políticos e culturais. Como visto, o turismo é uma atividade que favorece o desenvolvimento local, mas que também pode trazer impactos negativos nas áreas econômica, ambiental e sócio-cultural. O aumento do custo de vida, a destruição da natureza, a poluição, o aumento excessivo de visitantes, a exploração sexual, a interferência na cultura local, entre outros, são exemplos de impactos que podem prejudicar um pólo receptor. Mas, esses impactos podem ser evitados, minimizados ou até mesmo transformados em oportunidades, quando previstos, conhecidos, analisados e mensurados, e por isso, considera-se que o turismo cultural pode contribuir significativamente para a recuperação e preservação do patrimônio cultural, como explica Jokilehto (2002), o turismo, além de despertar o interesse por locais históricos, a renda gerada pelos turistas, quando revertida para a conservação do patrimônio cultural, incentiva a valorização de aspectos culturais, materiais e

imateriais, esquecidos e abandonados. De acordo com Ruschmann (2001) uma das grandes mudanças no turismo é que os gestores estão mais conscientes que precisam preservar para este existir. É necessário manter a diversidade cultural, os valores e práticas existentes em uma região e a construção da cidadania e da integração social plena dos indivíduos.

4. Referências

- ABBINNETT, R. **Culture and Identity**. London, Sage, 2003.
- BECK, U. **Risk Society: Towards a New Modernity**. London: Sage, 1992.
- BOORSTIN, D. J. **The Image: A Guide to Pseudo Events in America**. New York: Harper and Row, 1962.
- CARLOS, F. A. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, E; CRUZ, R. de C. de A. (orgs). **Turismo: espaço, paisagem e cultural**. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.
- CRAWSHAW, C.; URRY, J. Tourism and the Photographic Eye', in C. Rojek and J. Urry (eds) **Touring Cultures**. London: Routledge, 1997.
- DRUCKER, P. **Administrando para o futuro**. São Paulo: Pioneira, 1992.
- DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1995.
- DRUCKER, P. **Desafios gerenciais para o século XXI**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- ECO, U. **Como se faz uma tese**. 18. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- EL-GUINDY, M. M. **Metodologia e ética na pesquisa científica**. São Paulo: Editora Santos, 2004.
- FUSSELL, P. **Abroad: British Literary travelling between the wars**. New York: Oxford University, 1980.
- GALBRAITH, J. K. **A era da incerteza**. São Paulo: Pioneira, 1986.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1997.
- JOKILEHTO, J. **History of Architectural Conservation**. London: Butterworth-Heinemann, 2002.
- [KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo - para uma Nova Compreensão do Lazer e das Viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.](#)
- LEMONS, C. A. C. **O que é patrimônio Histórico**. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- LYOTARD, J. F. **O pós-moderno explicado às crianças**. Lisboa: Dom Quixote, 1987.
- MACCANNEL, D. **The Tourist: A New Theory of the Leisure Class**. London: Mcmillan, 1976.

- MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. São Paulo: Hucitec, 1993.
- MOLETTA, V. F. **Turismo Cultural**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1998.
- REDFOOT, D.L. **Touristic Authenticity, Touristic Angst, arid Modern Reality**. Durham: Duke University, 1984.
- RICHARDS, G. **Cultural Tourism in Europe**. Wallingford: CAB International, 1996.
- RICHARDS, G. **Cultural Attractions and European Tourism**. Wallingford: CAB International, 2006.
- RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**. Campinas: Papirus, 2001.
- SALOMON, D. V. **Como fazer uma monografia**. 11. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- SMITH, M. K. **Issues in Cultural Tourism Studies**. New York: Routledge, 2003.
- TIMOTHY, D. J.; BOYD S. W. Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. **Journal of Heritage Tourism**. V. 1, Nº 1. London, 2006.
- TOFLER, A. **O choque do futuro**. Lisboa: Edições Livro do Brasil, 1970.
- URRY, J. **The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies**. London: Sage, 1990.
- URRY, J. **Consuming places**. London: Routledge, 1995.
- URRY, J. **The Tourist Gaze**. London: Sage, 2002.