

A CULTURA COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO NO TURISMO

Suenia de Fatima Silva Galvão¹

Marcelo Chiarelli Milito²

Mauro Lemuel Alexandre³

Resumo: A cultura apresenta-se como um instrumento desenvolvimentista dentro da atividade turística devido ao seu potencial de inovação. Tendo em vista o valor da oferta cultural para a atividade o presente estudo trata de analisar de que forma os recursos culturais podem levar ao desenvolvimento do turismo de uma região. Com base em uma pesquisa de mestrado em andamento que versa sobre o projeto cultural Caminhos do Frio, fomentado pelo Ministério do Turismo, foi feita uma pesquisa bibliográfica e documental, além de uma investigação exploratória e descritiva sobre o tema, abordando os conceitos e formas da cultura e as relações com o desenvolvimento, seguido de uma intersecção entre os temas de desenvolvimento e turismo, elucidando a possibilidade de convergência entre as vertentes através do turismo. Resultante em uma análise dos dados atuais que reafirmam a participação da cultura no mercado do turismo, a necessidade do mercado de preservá-la, diretrizes nacionais que explicitam as formas de uso da cultura como fator de desenvolvimento e a exposição de um caso que seguiu as políticas elucidadas e servindo como suporte a estudos de caso como esse que contribuam para o desenvolvimento do tema.

Palavras-Chave: Cultura. Turismo. Desenvolvimento.

1 Introdução

O desenvolvimento tecnológico e econômico da sociedade atual possibilitou que os volumes dos negócios vinculados a atividades ditas como turísticas obtivessem um crescimento ímpar, alcançando mercados que há muito tempo estão consolidados como o automobilístico, alimentício e petrolífero, dados esses confirmados pela Organização Mundial do Turismo⁴ (2011), instituição que tem apoio da Organização das Nações Unidas (ONU) pela perspectiva de equidade no desenvolvimento socioeconômico global a partir da atividade turística.

¹ Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte; Especialista em Elaboração e Análise de Projetos Turísticos pelo Instituto de Educação Superior da Paraíba/PB; Bacharel em Turismo pelo Instituto de Educação Superior da Paraíba/PB; Bolsista REUNI UFRN; Graduada em Letras (hab. Língua Inglesa) pela Universidade Federal da Paraíba. e-mail: suzygalvao@hotmail.com

² Mestrando em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Bolsista CAPES; Master em Dirección y Planificación del Turismo por la Universitat Rovira i Virgili; Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. e-mail: marcelomilito@yahoo.com.br

³ Professor do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. e-mail: mauro_alx@yahoo.com.br

⁴ Disponível em: <<http://unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>>. Acesso em: 19/ mai, 2011.

Considerando o Brasil um país emergente e com diversidade e características que agradam diversos tipos de demanda, apresentando recursos singulares que possibilitam o desenvolvimento de diferentes experiências turísticas, principalmente no que tange a seu potencial natural e cultural, existe a perspectiva do desenvolvimento do país a partir do turismo e um equilíbrio socioeconômico.

Dessa maneira, deu-se o lançamento do Programa de Regionalização – Roteiros do Brasil, o Ministério do Turismo (MTur) que elaborou alguns documentos técnicos que orientam e oferecem subsídios aos gestores no desenvolvimento de uma região através do turismo. Assim como a elaboração dos módulos operacionais do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), o MTur também apresentou o documento “Turismo Cultural – Orientações Básicas”, visando estimular o desenvolvimento turístico através da diversificação cultural das regiões.

A partir do programa supracitado, as regiões vêm desenvolvendo uma estratégia em torno dos bens culturais em comum, iniciando um processo de roteirização, que unem a vocação das mesmas de forma a atrair uma determinada demanda turística, não só fazendo crescer o turismo nas localidades, mas também resgatando a cultura e desenvolvendo demais aspectos da região. Assim, têm-se como objetivo central do presente documento: Analisar de que forma a cultura se apresenta como fator de desenvolvimento através do turismo.

2 Cultura, valores e recursos para o desenvolvimento

Algumas palavras possuem um conhecimento comum que parece de simples compreensão e entendimento, até o momento em que se inicia um processo de investigação sobre determinado tema que circunde essas formas de expressões, apresentando algumas variáveis linguísticas quanto à origem e formatos que possibilitam entendimento do tema estudado. Para o presente caso considera-se a palavra “cultura” como a peça chave, e que seu entendimento poderá abrir os caminhos propostos.

Conforme encontrado no Online Etimologic Dictionary (2011) a palavra cultura vem da palavra “cuidar”, “cultivar” e “agricultura”, fazendo referência, primeiramente, ao ato de cuidar da terra para o plantio. Essa origem aponta para a palavra em estudo como uma forma de cultivo para desenvolver uma determinada

atividade. Se a princípio essa atividade tratava especificamente ao cultivo na agropecuária devido à situação de dependência para sobrevivência das sociedades antigas, essa palavra foi articulando sua atuação conforme se apresentava o contexto vivido por seus precursores.

Segundo Laraia (1997) a primeira definição de cultura no sentido antropológico pertence a Edward Tylor, que sintetizou os termos *kulture* (germânico) e *civilization* (francês) no vocábulo inglês e chamou de *culture*. Ainda segundo o autor, estas expressões representam sentidos diferentes, pois enquanto o sentido francês se referia principalmente às realizações materiais de um povo, o sentido germânico era utilizado para simbolizar os aspectos espirituais de uma comunidade.

Assim, entendendo a origem da palavra “cultura” e cada definição que forma essa expressão e, conseqüentemente, a complexidade de ser conceituada, para o presente estudo pode ser definida como “todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade.” (LARAIA, 1997, p. 31).

Sobre a identidade da cultura, Ortiz (1985, p. 8) considera primeiramente que “toda identidade se define em relação a algo que lhe é exterior, ela é uma diferença”. Para tanto, os modos diferenciados de cultivar as ações em comum, dentro de uma determinada comunidade, faz surgir as diferentes culturas.

Podendo considerar que a cultura se manifesta em todos os campos do cotidiano, seja em relações sociais, políticas, econômicas, religiosas, entre outros. Em âmbito geral ela representa a identidade de um povo, expressa por sua língua, práticas diárias e significados. A cultura – desde a pré-história até a presente idade contemporânea – nos remete às informações dos fatos e eventos que fazem parte da existência do ser humano e sua sociedade. O resgate dessas informações culturais, bem como históricas, leva-nos a entender os aspectos que formaram diretamente as diferentes diretrizes de desenvolvimento de uma nação.

Considerando na contemporaneidade a dominação do sistema econômico capitalista, dentro de um pensamento de crítica à excessiva valorização da economia e do desenvolvimento material, Debord (2009) aponta que o desenvolvimento econômico libertou a sociedade da busca pela sobrevivência imediata, mas nos aprisionou em um

mundo de busca constante ao acúmulo de capitais, em que a cultura do desenvolvimento econômico sufoca a cultura do desenvolvimento filosófico ocidental.

Para Cucho (2002), desde os anos 60 o consumo da cultura ganhou popularidade e enfatiza o modo de produção e consumo desenfreado desta cultura, principalmente com a evolução dos meios de comunicação de massa, incluíram a cultura como simples mercadoria a ser vendida e com valores impostos pelas mídias, de acordo com os diversos interesses econômicos. Movimento esse que estereotipa e generaliza os processos que constituem as diferentes culturas.

Em uma visão distinta, que procura a conciliação dos movimentos socioculturais e econômicos contemporâneos, autores como Canclini (1999), não entendem a cultura como simples dominação da mídia massiva sobre as culturas menos desenvolvidas economicamente, e sim como um processo de troca a partir das identidades presentes nesse mercado, contendo sempre um processo conflituoso, mas que também é parte na composição da cultura contemporânea, assim as formas de consumo atuais representam as identidades culturais.

De acordo com Yúdice (2004, p. 31), a cultura tem a capacidade de promover a coesão social em questões divergentes e, desde que é um setor de trabalho intenso, ela ajuda na redução do desemprego. A cultura, segundo o autor, “pode gerar renda através do turismo, do artesanato, e outros empreendimentos culturais”. Como citado por Barreto (2003, p.43), “a cultura constitui elemento vital não apenas para alicerçar alternativas econômicas e sociais, mas, especialmente, para a manutenção da memória de um povo”. Apontando uma possível conciliação entre os valores materiais e imateriais que tangem o desenvolvimento e a cultura a partir de atividades como o turismo.

3 Desenvolvimento e turismo

Segundo Oliveira (2002) debates sobre a idéia de desenvolvimento econômico acirrou-se a partir do pós Segunda Guerra, entendendo desenvolvimento como crescimento econômico e só a partir de 1940 que começa a dar uma dimensão ampliada do conceito, sendo visto como um conceito qualitativo.

A abordagem hegemônica do pensamento econômico liberal relaciona desenvolvimento ao processo de crescimento econômico, não havendo distinção entre crescimento e desenvolvimento. Esta definição estava intrinsecamente associada ao crescimento apenas econômico, deixando claro que o aumento da riqueza era o principal objetivo e que esta prosperidade material levaria ao bem-estar de todos, o que seria considerado como desenvolvimento. Porém, essa perspectiva mostrou-se incompleta ao ocorrer o aumento da renda per capita em alguns países sem que viesse acompanhado da distribuição de riqueza e melhoria de vida das pessoas. Devido a isto, o desenvolvimento, a partir dos anos 1970, passa a aceitar que o crescimento econômico é uma condição necessária ao desenvolvimento, mas não é a única, sendo levado em consideração também o aspecto social.

Em reflexo a esse pensamento, de inclusão dos valores socioculturais e socioambientais ao conceito de desenvolvimento, ocorreu a partir da década de 1990 uma série de eventos que refletem a preocupação da humanidade quanto às diretrizes do desenvolvimento global, como exemplo cabe citar a RIO 1992, Kyoto 1997 e Copenhague 2009.

Sen (2000) argumenta que o crescimento econômico é necessário, mas não suficiente para resultar em desenvolvimento, mostrando que uma concepção adequada de desenvolvimento deve ir muito além da acumulação de capital e do crescimento do Produto Nacional Bruto e de outras variáveis relacionadas à renda. Ele define desenvolvimento como “liberdade positiva”, incorporando na sua definição todos os direitos e capacidades que dão ao indivíduo a possibilidade de realização existencial e de busca da felicidade.

Nesse sentido, promover o desenvolvimento é eliminar as restrições à liberdade e então o desenvolvimento como liberdade defende que além do aumento da renda dos indivíduos e da melhoria das condições sociais, o desenvolvimento deve ampliar os espaços de sociabilidade e participação, reconhecer e valorizar a dimensão simbólica da existência e preservar para as gerações futuras o meio físico e os patrimônios material e imaterial.

Sob essa perspectiva, vemos um dos fenômenos contemporâneos que mais geram renda econômica – o turismo – como ferramenta de satisfação da necessidade e/ou curiosidade humana de conhecer o seu próprio patrimônio histórico e cultural,

atividade esta que não é possível sem o conhecimento e manutenção dos diversos campos que constituem a cultura dos povos. E diante disto percebe-se, um possível desenvolvimento que não tange apenas os aspectos econômicos, apesar de regido por ele, pois de outra forma seria difícil pela hegemonia dos aspectos econômicos sobre todas as atividades da sociedade contemporânea.

Palomo (2000) considera que a atividade turística representa uma economia prioritária no século XXI, pois gera a perspectiva de um maior equilíbrio no desenvolvimento dos sistemas econômicos, por toda sua potencialidade e progresso mercantil que não circunde apenas países desenvolvidos. Em consonância, Goeldner, McIntosh e Ritchie (2002), defendem que, desde que haja uma combinação de atrativos, a atividade turística pode ser fomentada e contribuir para o desenvolvimento de uma região independentemente da sua condição econômica.

Alguns autores apoiados nessas idéias defendem a hospitalidade e o turismo como fatores para uma revolução no comportamento humano:

Percebe-se a tendência de ampliação da noção de hospitalidade em uma visão dialética da potencialidade transformadora de suas relações. Como uma forma privilegiada de encontro interpessoal marcado pelo acolhimento, pode contribuir para uma configuração antropológica aos não-lugares, potencializando a humanização ou, como quer Derrida, a hospitalidade pode ser a bandeira de uma cruzada contra a intolerância e o racismo, e a base do que ele chama de democracia total. (DENKER 2004, p.132)

Assim, estudar os fatores que contribuem para o desenvolvimento do turismo em uma localidade fomenta sua perspectiva de conciliação da manutenção econômico e cultural, aliado a possibilidade de ser executado em países emergentes e por uma prática que possa servir como movimento libertador dos preconceitos sociais que geram os grandes conflitos mundiais.

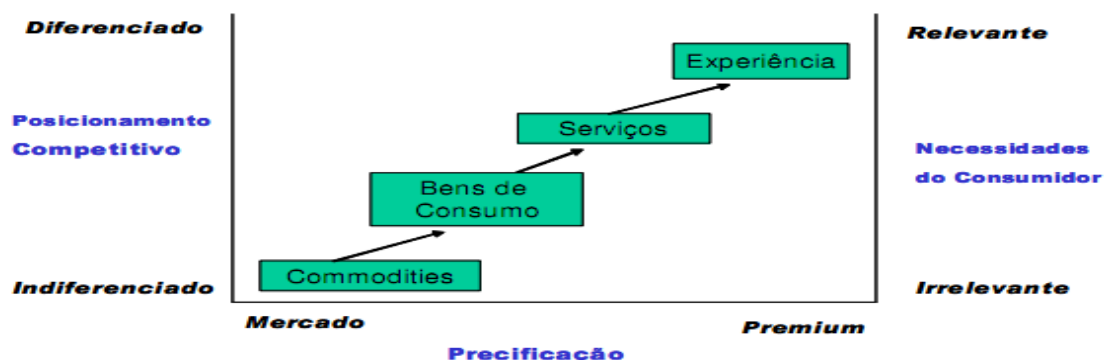
4 A cultura como fator de desenvolvimento do turismo

Tendo em vista a predominância da competitividade mercadológica pelos capitais e sua importância dentro do sistema em foco, cabe destacar o *Travel and Tourism Competitive Report 2011 (TTCR)*, elaborado pelo *World Economic Forum (WEF)*, que apresenta o ranking de posicionamento no mercado turístico de cada país.

Nesse estudo foram destacados os 14 (quatorze) pilares básicos na participação do turismo mundial, dentre eles foi considerado o *Cultural Resources*, ou seja, os recursos culturais, representando diretamente um dos pontos-chave para o desenvolvimento do turismo em um país. Conforme apresentado pelo TTCR (2011), o *Cultural Resources* e mais 3 pilares formam um bloco denominado *Human, Cultural and Natural Resources*⁵, conglomerado esse que representa mais de um quarto da competitividade geral que um país pode ter e está vinculado aos diversos desdobramentos que a cultura pode representar, conforme abordado no presente artigo. Assim identifica-se a valorização da cultura e seus desdobramentos como um fator preponderante na competitividade da oferta turística e a oportunidade de desenvolvê-la economicamente.

Dando continuidade à idéia de posicionamento competitivo, Bauman (1999, p.102) destaca que os turistas pós-modernos são caracterizados por serem “caçadores de emoções e colecionadores de experiências”, aliado a Rifikin (2001), que define a era atual como a era do acesso, onde as experiências passaram a ser o principal valor a ser obtido pelo sistema socioeconômico vigente, congruente a idéia de Pine e Gilmore (2000) que aponta no gráfico 1 a mercadoria como experiência sendo o principal valorizador de mercado:

Gráfico1: Experiência como diferencial de valor



Fonte: Pine e Gilmore (2000 apud COELHO, RIBEIRO E FONTES FILHO, 2007)

Gottiender (1997) entende a tematização do ambiente culturalmente desejado, como processo chave para o fornecimento de uma experiência determinada ao

⁵ Recursos naturais, culturais e humanos – bloco incluído nos 14 pilares para a participação no turismo mundial de acordo com o TTCR/WEF 2011.

cliente. Entende-se que a tematização irá influenciar a experiência de consumo vivida pela demanda, que está diretamente relacionada com o valor ofertado, assim, a tematização conforme os valores esperados torna-se o ponto central da vantagem competitiva gerada para o mercado. O autor ainda destaca o pioneirismo no caso da atividade turística, onde o produto almejado pelo cliente tem em vista a cultura diferenciada a ser consumida como experiência vivida. Constatando a potencialidade econômica na união do turismo de experiência com a cultura.

Em contrapartida, Hall (2004) destaca a importância de um planejamento público nos processos que compõe a atividade turística, devido à sua complexidade e possíveis efeitos prejudiciais para as localidades, caso não haja eficácia nas suas diretrizes governamentais. Evidenciando a relevância de um planejamento que contribua para um desenvolvimento responsável do turismo.

A partir desse pensamento, Beni (2001) elaborou um modelo sistêmico para o turismo, o SISTUR, que serve para orientar o planejamento no setor. Nesse modelo a cultura entra como um dos componentes do conjunto do meio, que se relaciona com o conjunto de operações e infra-estrutura do mercado turístico. Dessa maneira se confirma a manutenção da cultura também como um aspecto chave para um planejamento do turismo. Assim, o manejo harmonioso do conjunto de relações com o meio, além de preservar e manter os recursos, é também uma ferramenta para a economia no turismo:

A demonstração dos efeitos econômicos favoráveis que as medidas ambientalmente saudáveis estimulam com uma imagem progressista e consciente do empresário perante seus clientes (“marketing verde”), tem-se apresentado como uma forma convincente de estimular sua participação. (RUSCHMANN, 2002, p.111)

Ao apontar uma resposta positiva da demanda a partir de uma imagem das organizações perante o respeito à originalidade local e sua sustentabilidade, se identifica a proposta perseguida pela autora, podendo ser representada a partir do diagrama a seguir que aponta as formas de desenvolvimento da sociedade:



DIAGRAMA1: Perspectiva do turismo sustentável no desenvolvimento social.
Fonte: Elaboração própria (2011)

Assim, um turismo planejado de maneira a contemplar a manutenção dos recursos locais surge como perspectiva de grande rentabilidade econômica e que depende diretamente dos recursos do meio, forçando a abertura de um canal que contemplam essas duas tipologias de desenvolvimento, que em muitos aspectos são divergentes, mas nessa atividade se tenta uma convergência.

A linha de pensamento proposta até o momento que tange os aspectos de turismo e desenvolvimento, compôs as diretrizes propostas pelo MTur(BRASIL, 2007a), esse propõe que o turismo para ser elemento importante de incentivo e estímulo ao desenvolvimento regional, para gerar um desenvolvimento equilibrado em termos de justiça social, viabilidade, eficiência econômica e sustentabilidade ambiental, precisa contar com um planejamento integrado e participativo.

Quanto a relação entre o turismo e a cultura local o MTur cita que:

A relação cultura e turismo fundamenta-se em dois pilares: o primeiro é a existência de pessoas motivadas em conhecer culturas diversas e o segundo é a possibilidade do turismo servir como instrumento de valorização da identidade cultural, da preservação e conservação do patrimônio e da promoção econômica de bens culturais (BRASIL, 2008).

Ainda visualizando a política estabelecida atualmente pelo governo brasileiro para a utilização dos recursos culturais no turismo como fator de desenvolvimento, cabe destacar a orientação do MTur em desenvolver produtos turísticos, utilizando a tematização, a roteirização e a segmentação como estratégias, essas ações são imprescindíveis pois permitem o fortalecimento do capital social, caracterizando a promoção e preservação da cultura brasileira, como atrativo turístico e como patrimônio.

A fim de ilustrar o programa estudado, vale elucidar um dos projetos que já está em andamento, o Projeto caminhos do frio – Rota cultural, realizado no brejo paraibano e apresenta uma programação nos meses de Julho a Agosto, época mais fria da região, mostrando a diversidade cultural, arquitetônica e natural de seis municípios do Brejo: Bananeiras, com a história e a diversidade ambiental; Serraria com a musicalidade das serestas; Alagoa Nova com o festival gastronômico da galinha da capoeira; Alagoa Grande como festival de Jackson do Pandeiro, o rei do ritmo e Areia, com um conjunto histórico, urbanístico e paisagístico tombado como patrimônio

nacional e seus museus que contam a história de areenses ilustres como Pedro Américo e José Américo.

Segundo a MTur (BRASIL, 2008, p. 33) “tematizar é importante para fins de planejamento e organização de um produto de acordo com a identidade que se quer dar ao atrativo, ao lugar ou região.” Concernente com este objetivo, a região do brejo adotou a metodologia GEOR (Gerenciamento Estratégico Orientado para Resultados) instruída pelo SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa) e delimitou a tematização ideal de acordo com a identidade cultural latente.

O Fórum Regional de Turismo Sustentável do Brejo Paraibano analisa os projetos de cada município, capacita a mão de obra (através de seminários de conscientização turística, oficinas de elaboração de projetos de captação de recursos, cursos de atendimento para rede hoteleira e dos bares e restaurantes das cidades envolvidas nos roteiros) e otimiza os empreendimentos (setor privado) a participar do projeto com serviços de acordo com os objetivos esperados, e assim alcançar a excelência desses serviços devido à qualidade dos produtos oferecidos pela região.

5 Considerações finais

Diante do exposto nesse artigo, entende-se a relevância da cultura no mercado turístico global e sua incisiva contemplação no planejamento turístico nacional, que a partir de um posicionamento sistêmico e dito como sustentável, salienta as diferenças culturais como forma de diversificar a oferta turística, ao mesmo tempo, que surge como alternativa para fortalecimento de comunidades através de articulações fomentadas dentro de cada região. Salientando a tendência do pensamento de conciliar as expectativas dos desenvolvimentos hoje divergentes.

Esse estudo se torna útil ao sedimentar a espera que circunde o desenvolvimento da atividade turística ao valorizar a cultura local e analisar os motivos, perspectivas e aplicação condizente ao sistema atual. Destacando o interesse do modelo econômico contemporâneo em manter os recursos locais como oferta a ser vendida e por isso preservada. Apontando as diretrizes adotadas na esfera nacional e suas aplicações em relação aos modelos para o turismo.

Pode perceber através deste artigo, num misto de pesquisa teórica e prática, que a região do brejo paraibano descobriu na cultura um nicho turístico de destaque e através das políticas públicas de incentivo ao fomento da cultura e turismo, desenvolveu um roteiro no qual se utilizou dos elementos culturais para desenvolver o turismo na região. Ficou evidente que o MTur, ao orientar o desenvolvimento de produtos turísticos, utiliza a tematização, a roteirização e a segmentação como estratégias, por entender serem imprescindíveis ações que permitem o fortalecimento do capital social e a conseqüente e concomitante promoção e preservação da cultura brasileira, como atrativo turístico e como patrimônio. Assim, o que está sendo realizado no Brejo está uniforme com a metodologia sugerida pelo Ministério do Turismo.

Este artigo encerra-se com a perspectiva de apoiar outras pesquisas acadêmicas que procuram aprofundar o entendimento sobre os interesses nos recursos culturais e formas de utilização do mesmo, buscando assim uma posição mais aproximada quanto as reais possibilidades na utilização destes modelos da atividade turística e seus processos de desenvolvimento. Para tal se faz necessário constantes estudos de caso na temática que circundam exemplos semelhantes que caibam comparação em eventos múltiplos ou aprofundar em um específico sobre a perspectiva cronológica para uma análise histórica, com uma abordagem específica sobre os pontos negativos e positivos desse tipo de desenvolvimento e formas de maximizar os benefícios.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

BAUMAN, Z. Turistas e vagabundos. In. **Globalização as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. 4. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

Brasil. **Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil**: Introdução à Regionalização do Turismo. Brasília, 2007.

_____. **Turismo cultural**: orientações básicas. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

CANCLINI. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 2. ed. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999.

COELHO, André Meyer; RIBEIRO, Leticia Magno; FONTES FILHO, Joaquim Rubens. **A experiência como vantagem competitiva para o turismo. VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.** Fundação Getúlio Vargas. 2007

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais.** 2.ed. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** São Paulo, Contraponto, 1997.

DENKER, Ada de Freitas Maneti (coordenação). **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade.** Editora: Pioneira Thomson Learning, 2004.

GOTTDIENER, J. **The themed culture and themed environment.** *Theming America. Dreams, visions and commercial spaces.* Boulder, Westview Press. 1997.

GOELDER, C. R., RITCHIE, J.R.B., MCINTOSH, R.W. **Turismo: princípios práticas e filosofias.** 8 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos.** Trad. Edite Sciulli. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2004 – (Coleção Turismo Contexto).

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico.** 11. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

PALOMO, Manuel Figuerola. **Introducción al estudio económico del turismo.** Barcelona: Civitas, 2000.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização.** 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ONLINE ETMOLOGIC DICTIONARY. **Cultura.** Disponível em: < <http://www.etymonline.com/index.php?search=cultura&searchmode=none>>. Acesso em: 01 junho, 2011.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional.** São Paulo, Brasiliense, 2003.

RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso.** São Paulo: Makron Books, 2001

RUSCHMANN, Doris van de Menne. **Análise e tendências.** Barueri, São Paulo: Manole, 2002.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade.** São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global.** Belo Horizonte: UFMG, 2004.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Travel and Tourism Competitiveness Report (TTCR).** Genebra/ Suíça, 2011.