

Planejamento, gestão e desenvolvimento do turismo: análise de aspectos culturais

Planning, management and tourism development: analysis of cultural aspects

Ana Paula Perardt Farias (FARIAS, A. P. P.)^{*}
Ewerton Gomes Lemos (LEMOS, E. G.)^{**}

RESUMO - O presente artigo tem como objetivo realizar discussões relacionadas aos aspectos culturais, analisando de que forma contribui para um novo entendimento no planejamento, gestão e desenvolvimento da atividade turística. Para desenvolver essas reflexões e discussões, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, de caráter exploratório e descritiva, a partir da análise de livros e artigos científicos. Buscou-se apresentar os principais conceitos de cultura e verificar que o turismo, quando bem planejado, pode contribuir para o crescimento de uma região, agregando valor e visibilidade a cultura e ao modo de vida do local.

Palavras-chave: Turismo; Aspectos-culturais; Planejamento; Desenvolvimento.

ABSTRACT - This article aims to conduct discussions related to cultural aspects, analyzing the way that contributes to a new understanding in the planning, management and development of tourism activity. To develop these reflections and discussions, a literature research was made by an exploratory and descriptive article, from the analysis of books and scientific articles. Attempted, in this study, to present the main concepts of culture and verify that tourism, if well planned, can contribute to the growth of a region, adding value and visibility to the culture and way of life of the place.

Key words: Tourism; Cultural-aspects; Planning; Development.

* Mestranda em Turismo pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. Especialista em Docência no Ensino Superior pelas Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU. Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná – UNICENTRO. E-mail: ana.perardt@hotmail.com

** Mestrando em Turismo pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. E-mail: ewertonlegomes@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade ampla e complexa e está ganhando cada vez mais espaço e visibilidade, principalmente pela sua potencialidade em aspectos sociais, culturais e turísticos. A busca pelo lazer, entretenimento e recreação faz com que pessoas se desloquem em busca de novas experiências por meio da atividade turística.

O presente trabalho aborda o turismo cultural como um fenômeno social, produto da experiência humana, cuja prática aproxima e fortalece as relações sociais e o processo de interação entre os indivíduos e seus grupos sociais sejam de uma mesma cultura, ou de culturas diferentes. O homem é levado pela necessidade de buscar meios de se conhecer melhor e buscar compreender sua história, por isso, o mesmo constrói objetos que são reveladores do seu modo de viver e fazer. Seus saberes, seus usos e costumes, mitos, suas manifestações e expressões, suas festividades, elementos da sua cultura (BIESEK; TARLOMBANI, 2010).

As identidades e diversidades culturais, transformadas em produtos de consumo, têm contribuído com o desenvolvimento do turismo como atividade social e econômica. Por meio dos patrimônios culturais, em suas mais diversas formas e manifestações, o turismo tem conquistado visibilidade e valorização no mercado cada vez mais competitivo e globalizado (TOMAZZONI, 2008).

Através do turismo cultural, os centros receptores da demanda turística ofertam aos seus visitantes o lazer, entretenimento e, conseqüentemente, as trocas culturais, durante a sua permanência e convivência temporária, com membros de outros grupos sociais (GOULART; SANTOS, 1998).

Tomazzoni (2008) diz que o segmento de turismo cultural abrange a valorização e o fortalecimento das identidades e da cultura seja ela local, regional, ou nacional, por meio das manifestações e expressões culturais (costumes, tradições, hábitos, arte, arquitetura) potencializam-se os atrativos turísticos. Cria-se então, um ambiente favorável ao desenvolvimento do turismo em razão da maior satisfação e fidelização dos clientes, proporcionando-se mais retornos para as empresas e organizações que se beneficiam com o fluxo de turistas apreciadores da oferta de atividades culturais.

Este estudo qualitativo de caráter exploratório teve como metodologia as pesquisas bibliográficas sobre os conceitos selecionados em turismo, cultura,

planejamento em livros, artigos científicos, e documentos online para fundamentação teórica, divididas nas seções de estudo: 1) Introdução; 2) turismo e cultura: principais aspectos; 3) turismo cultural: planejamento, gestão e desenvolvimento, por fim, apresentam-se as considerações finais.

2 TURISMO E CULTURA: PRINCIPAIS ASPECTOS

O turismo ultrapassa os setores padronizados da economia, envolvendo aspectos de natureza social, cultural, espacial e ambiental, capazes de reproduzirem o espaço, podendo ser considerado como um fenômeno social cujo ponto de partida é a existência de tempo livre, e tem na base da construção dos estudos relacionados à área, a contribuição de diferentes e diversas áreas do conhecimento (BIESEK; TARLOMBANI, 2010).

Segundo os mesmos autores o desenvolvimento da atividade turística está diretamente relacionado ao contexto de espaço, para que a mesma ocorra é necessário que os atrativos, equipamentos e a infraestrutura se manifestem de forma física e visível neste espaço, acima de tudo quando se trata do espaço urbano.

A dimensão cultural é determinante para o planejamento e gestão do turismo, principalmente como alternativa de desenvolvimento socioeconômico. Para elaborar o conceito de cultura, Thompson (1995) argumenta que há uma variedade de fenômenos e um conjunto de interesses que são compartilhados por estudiosos de diversas disciplinas, desde a sociologia e antropologia, até a história e a crítica literária.

No entanto, existem muitos autores que tratam sobre cultura, Laraia (1986, p. 25), por exemplo, ressalta que as diferenças do ambiente físico condicionam a diversidade cultural. Além disso, a primeira definição de cultura foi elaborada por Edward Tylor (1832-1917) para ele, “cultura e civilização são um conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, os costumes e as outras capacidades ou hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade (1871, p. 1).”.

Ainda assim, tem-se as teorias modernas sobre cultura, Clifford Geertz busca uma definição de homem baseado na definição de cultura. Segundo o mesmo autor, a

cultura deve ser considerada “não um complexo de comportamentos concretos, mas um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras, instruções para governar o comportamento”. Assim, para Geertz, todos os homens são geneticamente aptos a receber um programa, e este programa é o que chamamos de cultura. (GEERTZ, 1966 *apud* LARAIA, 1986¹).

Laraia (1986) salienta que o fato de que o homem vê o mundo através de sua cultura tem como consequência a propensão em considerar o seu modo de vida como o mais correto e o mais natural. Tal tendência, chamada etnocentrismo, é responsável em seus casos extremos pela ocorrência de numerosos conflitos sociais.

No entanto, Goulart e Santos (1998) discorrem sobre as diferenças e semelhanças culturais sobre o conhecimento do outro, nesse caso, a antropologia elaborou o seu conceito de cultura. Segundo Hoebel e Frost (1981, p. 4), “cultura é o sistema integrado dos padrões de comportamento apreendidos, os quais são característicos dos membros de uma sociedade e não o resultado de herança biológica”. A cultura nada mais é do que o próprio social, representado pela totalidade das relações que os grupos mantêm entre si, no interior da própria cultura, e com outras culturas.

Segundo os mesmos autores, a cultura é o resultado da invenção social, sendo aprendida e transmitida por meio da aprendizagem e da comunicação. Toda sociedade caracteriza-se por uma configuração cultural, isto é, uma lógica que se encontra ao mesmo tempo na especificidade das instituições e na dos comportamentos (GOULART; SANTOS, 1998).

Para Cuche (2002) a cultura é necessária para a reflexão nas ciências sociais, principalmente para pensar a unidade da humanidade na diversidade além dos termos biológicos. Segundo Cuche (2002, p. 9) “ela parece fornecer a resposta mais satisfatória à questão da diferença entre os povos”. Segundo o mesmo autor, o processo que cada cultura sofre em situação de contato cultural, processo de desestruturação e depois de reestruturação, é em realidade o próprio princípio da evolução de qualquer sistema cultural. Toda cultura é um processo permanente de construção, desconstrução e reconstrução (CUCHE, 2002).

De acordo com Köhler e Durand (2007) o termo cultura pode ser usado para designar um produto ou processo. No primeiro caso, cultura significa o resultado do

¹ LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

conjunto de atividades artísticas e culturais, na forma de produtos tangíveis ou não. Nele, a cultura representa edifícios, músicas, danças, pinturas, festivais, entre outros produtos. No segundo caso, cultura assume amplitude antropológica, referindo-se ao modo de vida de uma determinada população. Neste sentido, pode-se dizer que existe uma cultura brasileira, pernambucana, paulistana, entre diversas outras.

Batista (2010) corrobora falando que a culturalização não é formada em dias, mas é um processo que leva milhões de anos e um conjunto de experiências vividas demonstrando seus traços, valores culturais e particulares. O mesmo autor salienta que a cultura não é simples, tem sua complexidade, cada elemento tem seu valor e dependendo do mesmo o significado é totalmente diferente.

Na abordagem antropológica percebe-se uma relação entre turismo e cultura, uma vez que ambas aproximam o indivíduo (turista) das múltiplas formas de organização sociocultural, existente nos diferentes núcleos receptores, que atendem à demanda turística. Logo, viajar é uma fonte de novas experiências, uma vez que o turista abandona o seu meio social para conviver, embora temporariamente, com outros grupos sociais e que lhe é familiar somente pela literatura e meios de comunicação, convivendo de perto com a cultura do local (GOULART; SANTOS, 1998).

Sem embargo, Bourdieu (2002 *apud* BRUSADIN, 2014²) evidencia que o termo cultura não deve ser universal e homogêneo nas diretrizes que caracterizam a humanidade. Para Bourdieu (2002) a cultura que une (instrumento de comunicação) é também a cultura que separa (instrumento de distinção) e que legitima as distinções, forçando todas as culturas (designadas como subculturas) a definirem-se pela sua distância em relação à cultura dominante. No entanto, pressupõe-se que o conceito contemporâneo de cultura não pode ser apreendido como algo fechado ou limitado a alguma tendência, mas um conceito dinâmico que circula entre as esferas sociais de todas as classes.

Através do turismo é possível reviver o que é separado pelas barreiras culturais, impostas pelo etnocentrismo, e que gera preconceito entre os membros de diversas sociedades, autores das múltiplas formas de sistemas socioculturais. A constatação e o respeito pela diversidade humana expressa nos valores éticos e morais das sociedades, conduzem a um processo de auto reconhecimento do homem. A outra cultura funciona

² BRUSADIN, Leandro Benedini. **A cultura e a tradição no imaginário social:** ação simbólica no patrimônio e no turismo. Turydes – Revista Turismo & Desarrollo Local, v. 7, n. 17, 2014.

como um espelho na reflexão e compreensão dos próprios valores culturais (GOULART; SANTOS, 1998).

Desse modo, o turismo torna-se uma ferramenta de desenvolvimento econômico e social positiva, por meio da cultura que tem sido uma grande aliada. Por isso, a relação entre o turismo e a cultura deve estar alinhada com a comunidade, que valoriza seu ambiente, é reconhecida pelo trabalho que desempenha e reflete a possibilidade de executar diversos investimentos que podem ampliar o desenvolvimento econômico e social. Dessa forma, apenas por intermédio da comunidade é que existem condições satisfatórias de manter e preservar, de forma sustentável, todo o legado cultural que precisa ser salvaguardado para melhor aproveitamento (OLIVEIRA; SILVA; MOREIRA, 2009). Barretto (2000, p. 32) reforça

O turismo estimula a existência e a reabilitação de sítios históricos, construções e monumentos, por meio de sua transformação em recurso recreacional, e que também propicia a revitalização de atividades tradicionais de áreas em declínio, a redescoberta de sítios com propriedades específicas e de cidades históricas, estimulando a transformação de antigas habitações em acomodações turísticas, mantendo a estrutura e as características tradicionais.

Contudo, Tomazzoni (2008) retrata que o turismo e o lazer se originam e se constroem em um amplo e complexo processo de interações culturais. As identidades e diversidades culturais são transformadas em produtos de consumo, e tem contribuído com o desenvolvimento do turismo como atividade social e econômica. Um exemplo que o autor relata são os patrimônios culturais, em suas diversas formas e manifestações, o turismo tem conquistado visibilidade e valorização no mercado cada vez mais competitivo e globalizado.

O mesmo autor discute que a dimensão cultural do turismo valoriza e fortalece as identidades e manifestações da cultura regional, por meio das manifestações e expressões culturais (costumes, tradições, hábitos, arte, arquitetura) potencializam-se os atrativos turísticos, e a hospitalidade é um dos traços marcantes da cultura como diferencial dos serviços de uma comunidade turística (TOMAZZONI, 2008).

Além disso, a mesma autora enfatiza que o planejamento do turismo com base no legado cultural tem de obedecer a três pontos básicos: preservação do prédio original (fachada), adoção de políticas de administração do patrimônio e restrição ao número de visitantes (BARRETTO, 2000).

3 TURISMO CULTURAL: PLANEJAMENTO, GESTÃO E DESENVOLVIMENTO

Para que o turismo cultural possa ser uma atividade viável e que traga o máximo de impactos positivos para uma localidade, é necessário pensar primeiramente no planejamento da atividade turística como um todo, procurando associar as visões dos mais variados atores e segmentos que compõe o turismo, confirmando a importância do planejamento para o turismo, Hanai e Espíndola (2012, p. 3) ressaltam que, “o planejamento da atividade turística deve ser entendido como uma parte das estratégias de desenvolvimento endógeno local, e que deve estar inserido no plano de desenvolvimento integral e não se constituir em um elemento isolado e único.”

Tal posicionamento apresentado pelos autores quanto ao planejamento da atividade turística também deve ser levado em conta quando o turismo cultural for alvo de desenvolvimento de uma região turística.

Desta forma, parte-se do preceito que é necessário que exista um planejamento prévio para que a atividade se desenvolva de forma constante em um destino, por este fato, “o turismo não deve ser visto como uma alternativa “milagrosa” com resultados econômicos de curto prazo, mas sim como uma atividade que deve ser planejada e monitorada constantemente [...]” (SCHEUER, 2011, p. 8). Sendo assim, o turismo é uma atividade que como muitas outras, depende do planejamento para que se configure como um agente de desenvolvimento e capilarização de desenvolvimento para um destino.

Desta forma, o turismo deve ser entendido como uma atividade de cunho dinâmico, que se apoia em processos estratégicos e de planejamento, pautados em diretrizes de sustentabilidade e desenvolvimento (econômico, ambiental, cultural, etc.) para uma região, considerando documentos e ações que delimitem esse planejamento em um espaço determinado e permitam o monitoramento dos impactos causados em um destino de acordo com esse planejamento. (ACKOFF, 1975; BARRETO, 1991; PETROCCHI, 1998).

Considerando as asserções feitas pelos autores supracitados, é possível afirmar que o planejamento da atividade turística é uma das ações que norteará o desenvolvimento de qualquer destino turístico, quando se considera a importância

desse processo, “[...] ou seja, o desenvolvimento do turismo deve essencialmente integrar o planejamento participativo com vistas à manutenção e valorização sociocultural.” (OLIVEIRA e JESUS, 2010, p. 15).

Portanto, o processo de planejamento precisa estar aliado a todos os atores que farão o turismo acontecer, configurando um instrumento de integração de visões e de difusão do desenvolvimento, sendo pautado primordialmente pela consonância de ações em prol do desenvolvimento de todos os atores.

Sendo assim, o planejamento é a ferramenta que possibilitará o desenvolvimento da atividade turística, no caso deste trabalho, esse planejamento será baseado na perspectiva da base cultural como uma alavanca para o desenvolvimento de uma região, considerando as orientações e oportunidades que a cultura oferece ao turismo como base para a atividade em um destino.

Axer (2009) destaca que a segmentação da atividade turística é uma ferramenta para distinguir localidades baseando-se nos aspectos referentes tanto à demanda como à oferta. A demanda, ou seja, o público atraído por certa localidade ou certo atrativo, é analisada pelo mercado, tendo como o princípio de observação a motivação dos visitantes a escolher um destino em detrimento de outro. No que se refere à oferta, ou seja, os atrativos de um destino, a segmentação propõe caracterizar as atividades realizadas na mesma.

Nesta perspectiva percebe-se a existência de um grupo que busca em um destino turístico aspectos relativos à cultura, a história, o patrimônio, costumes e hábitos que o tornam diferente. Sendo assim, as localidades que reúnem atrativos que corresponde com estes interesses receberam a denominação de destinos culturais ou pertencentes ao segmento de turismo cultural (AXER, 2009).

De acordo com Biesek e Tarlombani (2010) pode-se considerar que o turismo cultural é um segmento do turismo em que se planeja o desenvolvimento local através da comunidade, onde a mesma é levada a resgatar sua história, cultura, hábitos e costumes a fim de poder transmiti-los para o turista. Atualmente, existe uma demanda crescente pelo turismo cultural, permitindo os visitantes a observar eventos locais e os estilos de vida da comunidade participando de uma forma não-artificial.

O Ministério do Turismo (2008) cita que o turismo cultural, por meio de seu bom andamento, permite a promoção e a preservação da cultura, conseguindo sua

materialização quando o turista se desloca motivado em vivenciar aspectos e situações consideradas particularidades culturais. O segmento do turismo cultural é definido pelo Ministério do Turismo (2008, p. 15) como: “[...] compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.”.

Desta maneira, o Ministério do Turismo avalia a segmentação como uma estratégia para o desenvolvimento turístico das localidades, sendo um fator positivo, por trazer benefícios locais tanto em aspectos econômicos quanto culturais, provocando um aumento da valorização e do orgulho por parte dos moradores locais, gerando a conservação do patrimônio nacional (AXER, 2009).

Para Baudrihaye (1997, *apud* BIESEK; TARLOMBANI, 2010³⁵) o turismo cultural recorre à criação e à memória do homem e sua história. Ao se entender por cultura tudo aquilo que tem sido transformado pelo homem, considera-se turismo cultural não somente aquele que envolve as obras-de-arte, os museus e os monumentos, mas também o turismo natural, a paisagem transformada durante anos pelo homem.

Contudo, deve-se pensar que o turismo nem sempre pode ser um fator positivo para uma coletividade. Uma localidade com um rico patrimônio histórico e cultural pode ser transformada em um ambiente pouco satisfatório de viver, quando passa a ser usufruída pelos turistas e não pela comunidade local ou quando estes últimos começam a perder seus referenciais ou sua própria identidade (BIESEK; TARLOMBANI, 2010).

Além disso, Barreto (2000) aponta que a atividade turística tem sido alvo de preocupação para os que temem a degradação dos bens materiais utilizados para a visitação, já que o uso inadequado destes e o excesso de visitantes acarretam danos ao patrimônio, para evitar tal risco se propõe um desenvolvimento controlado das atividades que permitam um desempenho econômico dos lugares de forma duradoura, levando em consideração a tradição local e a sua capacidade de acompanhar o processo e inserir-se nele.

No entanto, para evitar a perda de identidade cultural e o uso inadequado dos bens culturais, pode ser corrigido por meio de políticas de incentivo, estímulo,

³ BIESEK, Ana Solange; TARLOMBANI, Marcos Aurélio da Silveira. Planejamento dos aspectos culturais no espaço turístico urbano de Foz do Iguaçu, Paraná. **Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul Saberes e fazeres no turismo: Interfaces**, 2010.

integração da comunidade e promoção da cultura de uma localidade (BAHL, 2004). O mesmo autor frisa que são muitas as influências que podem causar a perda de autenticidade de uma localidade, uma forma de contornar essa situação seria estabelecer políticas para a promoção e coordenação do turismo e da cultura (BAHL, 2004).

Bahl (2004) reforça que criar ações de planejamento, ordenação e coordenação do turismo e da cultura significa envolver a comunidade local nas decisões, para que, depois, resulte em uma adequada promoção e marketing da localidade, criando assim, condições de desenvolvimento saudável e equilibrado para ocorrer a atividade turística.

Por isso, ao planejar uma política cultural eficaz e coerente para o turismo, o mesmo pode trazer inúmeros benefícios, como destaca Bahl (2004, p. 41):

- . Estimular o resgate da cultural local, a autoestima e o orgulho dos hábitos e costumes das comunidades;
- . Incentivar a conservação, manutenção e restauração da arquitetura típica e tradicional;
- . Buscar a revalorização da gastronomia, do folclore e das tradições das localidades e regiões;
- . Colaborar para o ressurgimento de atividades tradicionais e de origens locais;
- . Fomentar o desenvolvimento de programas educativos e de esclarecimento às populações locais e regionais;
- . Oportunizar a participação da comunidade nas discussões, decisões e nos resultados econômicos, dando ciência sobre riscos e benefícios;
- . Providenciar o surgimento de proposições de normas de uso do patrimônio urbano e cultural.

Portanto, Barretto (2000) conclui que o turismo cultural é aquele que tem por objetivo o enriquecimento da personalidade humana, através de informações, conhecimentos e contatos oriundos da experiência da viagem, quando turistas entram em contato com as comunidades locais, assim como com suas formas de agir, sentir e de expressar o seu modo de vida no dia a dia.

Por essa razão, o turismo cultural pode vir a intensificar a autoestima da comunidade local, através do resgate de suas raízes culturais, bem como sua identidade, por meio da história, usos e costumes (BARRETTO, 2000).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se durante o estudo que são muitas as definições de cultura, e o quanto ela é abrangente e complexa. Além disso, também foi possível ver algumas definições de turismo cultural a partir da demanda, que fazem uso de técnicas de pesquisa de perfil mais antropológico e sociológico e é absolutamente indispensável para se ter uma base no planejamento e nas estratégias para se desenvolver o turismo, bem como a gestão da atividade turística de maneira harmoniosa com a comunidade local e de maneira sustentável.

Diante disso, pode-se dizer que os aspectos culturais de uma localidade, são determinantes para o planejamento e gestão do turismo, principalmente como alternativa de desenvolvimento socioeconômico.

A grande ênfase para o desenvolvimento do segmento baseado em aspectos culturais e históricos deve-se ao fato de que, quando bem planejados e administrados, conseguem a conservação dos valores culturais locais e do patrimônio material e imaterial. Para isso, faz-se necessário a inserção da comunidade local, da educação patrimonial e utilização turística do patrimônio para sua própria manutenção e valorização ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

ACKOFF, R. L. **Planejamento empresarial**. Trad. Marco Túlio de Freitas. São Paulo: LTC, 1975.

AXER, S. Turismo cultural: o município de Paraty e a FLIP. **Revista Itinerarium** v. 2, p. 01-23. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), 2009.

BAHL, Miguel. **Fatores ponderáveis no turismo**: sociais, culturais e políticos. Curitiba: Prottexto, 2004

BIESEK, A. S; TARLOMBANI, M. A. da S. Planejamento dos aspectos culturais no espaço turístico urbano de Foz do Iguaçu, Paraná. **Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul – Saberes e fazeres no turismo: Interfaces**, 2010.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BARRETTO, M. **Planejamento e organização do turismo**. 4. ed. Campinas: Papirus, 1991

BARRETTO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. 3º ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Destino referência em turismo**: segmento de turismo cultural, 1. ed., Goiânia – GO, 2010. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/paraty.pdf>. Acesso em: 09. Jun. 2016.

BRUSADIN, L. B. A cultura e a tradição no imaginário social: ação simbólica no patrimônio e no turismo. **Turydes – Revista Turismo & Desarrollo Local**, v. 7, n. 17, 2014.

BATISTA, J. A. Reflexões sobre o conceito antropológico de cultura. **Revista Saber Eletrônico**, ano 1, v. 1, 2010

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 2002

GOULART, M; SANTOS, R. I. dos. Uma abordagem histórico-cultural do turismo. **Revista Turismo - Visão e Ação**, v. 1, n. 1, 1998.

HANAI, F. Y.; ESPÍNDOLA, E. L. G. O planejamento e a gestão do turismo sustentável na região de Bueno Brandão (MG/Brasil). **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 224-238, ago. 2012.

HOEBEL, E. A; FROST, E. L. **Antropologia Cultural e Social**. São Paulo: Cultrix, 1981.

KÖHLER, A. F; DURAND, J. C. G. Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências. **Revista Turismo-Visão e Ação**, v. 9, n. 2, 2007.

LARAIA, R. de B. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

OLIVEIRA, A. M. de; JESUS, D. L. de. Territórios étnicos: narrativas de um processo participativo para o desenvolvimento da atividade turística. **Revista de Cultura e Turismo - Cultur**, Ilhéus, v. 04, n. 1, p.59-75, jan. 2010. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3239030>>. Acesso em: 08 jun. 2016

OLIVEIRA, E. E. de; SILVA, J; MOREIRA, S. I. Desenvolvimento cultural e turístico: uma relação passível de sustentabilidade? **Observatório de Inovação do Turismo – Revista acadêmica**. V. IV, n. 4, 2009

PETROCCHI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Futura, 1998

SCHEUER, L. Percepção geográfica e planejamento turístico: um estudo sobre a Sazonalidade. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 4, n. 2, p.286-304, out. 2011. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/24764/16602>>. Acesso em: 08 jun. 2016

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TOMAZZONI, E. L. Dimensão cultural do turismo: uma proposta de análise. **Revista de História e Estudos Culturais**, v. 5, ano V, n. 3, 2008.