

CIDADE E TURISMO: O IMAGINÁRIO
DE NOVA YORK NA REVISTA
VIAGEM E TURISMO

Milena Berthier Bandeira*
Susana de Araújo Gastal**

Resumo da Dissertação de Mestrado defendida em 27 de junho de 2008

Banca: Prof^a. Dr^a. Susana de Araújo Gastal – presidente (Universidade de Caxias do Sul); Prof. Dr. Rudimar Baldissera (Universidade Federal do Rio Grande do Sul/RS); Prof. Dra. Liciane Rossetto Ferreira (Instituto Metodista???) e Prof. Dr. Edegar Luis Tomazzoni (Universidade de Caxias do Sul).

<http://tede.ucs.br/tde_arquivos/3/TDE-2008-07-04T074341Z-198/Publico/Dissertacao%20Milena%20B%20Bandeira.pdf>

* Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS/2008).

** Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Professora, orientadora e pesquisadora no Mestrado em Turismo (UCS).

O estudo buscou entender a cidade e as relações que se estabelecem entre ela e os turistas, a partir dos pressupostos de que mesmo aqueles que não se localizam em zona litorânea ou em regiões de montanhas, podem oferecer lazer e entretenimento e, portanto, qualificação para o turismo. Pretendeu-se, a partir de revisão bibliográfica e da análise do conteúdo de material jornalístico da revista *Viagem e Turismo*, verificar como as cidades não pautadas por mar e montanha têm sido abordadas como espaço turístico, procurando identificar como e quais imaginários estão associados a elas nessa situação. Procurou-se, ainda, avaliar se ideia de paraíso estaria presente nessa caracterização dos espaços urbanos, explícita ou implicitamente. Considerou-se que o imaginário turístico de paraíso é passível de resignificação, o que levaria à cidade, a ideia de espaço qualificado.

Questiona-se, assim, qual imaginário estaria sendo associado aos destinos urbanos e como a cidade está presente nas práticas da imprensa especializada, e se essa a ligaria a ideias de paraíso, tão cara ao turismo. Para responder a esses questionamentos e guiar a presente investigação, buscou-se a revista *Viagem e Turismo* da Editora Abril. No *site* da editora, no campo destinado à comercialização de espaços publicitários no periódico, a *Viagem e Turismo* é apresentada como “a melhor revista brasileira de turismo, que oferece aos seus leitores informações úteis, prazerosas e confiáveis, que facilitam a escolha dos destinos e o desfrute de suas viagens, a lazer ou a negócios”.

Em 2006, a revista *Viagem e Turismo* completou dez anos de publicação; no período de novembro de 1995 a novembro de 2006, somaram-se 120 edições; foram submetidas à análise preliminar e exploratória suas capas,¹ da qual resultou uma

¹ Considerando que a Revista *Viagem e Turismo* eventualmente publica suas edições com capas diferentes em algumas regiões do Brasil, serão analisadas as capas que circularam no Estado do RS.

seleção de 24, na qual apareciam cidades que, em geral, não estariam associadas a destinos de natureza. Nessa seleção, Nova York ocupava quatro capas e, por essa razão, foi a cidade selecionada como objeto de análise de conteúdo, conforme proposta metodológica para esta pesquisa. Os quatro textos jornalísticos foram analisados individualmente, na hipótese de haver diferenças quanto à frequência das unidades de registro encontradas, uma vez que o período compreendido entre a primeira e a última edição trabalhadas é de nove anos, ou seja, tempo que pode determinar uma mudança de compreensão e de imaginários associados. Essa hipótese também é reforçada pela assinatura dos textos. Diferentes jornalistas assinam as matérias que compõem o *corpus* da pesquisa. Além das *matérias*, mais propriamente, julgou-se pertinente também analisar os títulos, os subtítulos, as linhas de apoio, o texto dos boxes, as legendas.

Seguindo a ordem do procedimento metodológico da Análise de Conteúdo, as matérias, bem como os demais itens que formaram o *corpus* da pesquisa, vinculados às capas selecionadas, foram analisados para que, a partir da sua leitura, fosse possível elencar as *unidades de registro*. Partindo da hipótese de que o imaginário de turismo ligado à paraíso associa-se a destinos de natureza, e que estes estariam presentes no texto jornalístico, ao contrário do imaginário de cidade, que deve ser uma constante na matéria, tem-se como unidades de registro os objetos ou referentes encontrados no texto analisado. Objeto ou referente, diz Bardin, são “temas-eixo em redor dos quais o discurso se organiza [...] neste caso, recorta-se o texto em função destes temas eixo, agrupando-se à sua volta tudo que o locutor exprime a seu respeito”. (1977, p. 106). Conforme Bardin (1977, p. 107), ao considerar algumas unidades-registro, torna-se necessário também determinar as *unidades de contexto*, que servem “de unidade de compreensão para codificar a unidade de registro e corresponde ao segmento da mensagem, cujas dimensões (superiores às unidades de

registro) são ótimas para que se possa compreender a significação exata da unidade de registro”.

As unidades de registro encontradas no texto foram agrupadas em *categorias*. “A *categorização* é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (analogia), com os critérios previamente definidos”. (1977, p. 117). A partir das unidades de contexto, foram destacadas as unidades de registro que compuseram as categorias Paraíso, Sagrado, Natureza, Paisagem, Excesso, Labirinto, Pecado e Interdito, que puderam ser acomodadas em tabelas temáticas denominadas “Imaginário da Cidade” e “Imaginário do Turismo”. A partir disso, foi possível mensurar não só qualitativamente, com base no significado das palavras associadas, mas também quantitativamente, analisando pela frequência com que esses significados apareceram nas matérias, nos títulos, subtítulos, nas linhas de apoio, legendas, no texto-box.

Inicialmente, a primeira hipótese – de que o imaginário da cidade (conforme referencial teórico) seria encontrado nas matérias analisadas – se confirma ao ser constatada a presença de vocábulos que também estão presentes no referencial teórico que aborda a cidade e seu imaginário. O caos, a confusão, a balbúrdia são termos presentes nos textos analisados, caracterizando a cidade em frases como “Será que o inglês básico teria salvado Babel da confusão?”

Por outro lado, o imaginário do turismo (conforme referencial teórico), que se imaginou não estar presente nas matérias analisadas, apareceu, embora com novos significados, como pode ser constatado na seguinte frase: “Tem gramados impecáveis para quem só quer tomar sol (o Central Park é a praia dos nova-iorquinos) e quilômetros de caminhos arborizados para os fanáticos por atividade física (o parque é a academia deles).” Mesmo que em menor número de frequência, as unidades de registro vinculadas ao imaginário

de paraíso não podem ser desconsideradas, uma vez que explicitam significantes diferentes quando atreladas aos destinos na natureza e quando estão atreladas a um destino que é caracterizado pelo urbano.

A partir dessa constatação, numa leitura mais atenta e não tão apoiada nos dados quantitativos, mas ancorada pelas unidades de contexto, foi possível também perceber que, ao reforçar o imaginário de cidade, os textos em questão desqualificam o espaço – a cidade – para o turismo. A própria leitura de frases como: “Era eu, perdida no meio de tanta informação, lojas, lojinhas e lojões, cartazes gigantescos, teatros, restaurantes, bonecos de cera, prediões ultramodernos, mais teatros, caubóis peladões tocando guitarra, turistas de todo o mundo, mais teatros, sem-teto, policiais... Socooooooooooooorro!” não possibilitariam ao leitor a curiosidade ou, pós-modernamente falando, a vontade de experienciar a cidade.

Conforme os pressupostos metodológicos, os dois temas, “Imaginário da Cidade” e “Imaginário do Turismo”, orientaram a seleção das unidades de contexto e de registro para que pudessem ser mensuradas a presença/ausência e frequência de vocábulos, que contribuíssem ou não para alimentar os imaginários da cidade e do turismo, recorrentes no referencial teórico, que serviu de aporte para este trabalho, refletido – ou não – nas práticas da imprensa; nesse caso, nas quatro matérias da revista *Viagem e Turismo*, selecionadas conforme critérios preestabelecidos.

No imaginário de cidade, a ideia de ser um espaço onde tudo pode é dúbia, principalmente em se tratando de uma cidade americana, cujas leis são rígidas. A contravenção, ultrapassar limites ou obstruir a ordem podem estar atrelados ao imaginário da cidade, mas, no caso de Nova York, pode-se dizer que há punição para tal. Portanto, desafiar as regras significa estar sujeito a arcar com as consequências do ato. O proibido está muito ligado ao pecado. Talvez pelo tamanho e

pela quantidade de pessoas que residem nas cidades, o isolamento, o anonimato, que fazem parte da construção imagética da cidade potencializem essa interpretação de espaço, onde tudo pode; porém, o pecado presente no discurso jornalístico, constante em termos de unidades de registro, no contexto remete a um pecado que não seria danoso, nos aspectos morais. Sedutora são as curvas da ponte Brooklyn Bridge, o pecado cometido é o da gula, por parecer ser difícil resistir à variedade de pratos e sabores que os restaurantes da cidade oferecem, e a fantasia é sonhar com mais dias de férias. Embora a boemia caracterize alguns espaços da cidade, os prazeres humanos parecem se dar de forma mais veemente nos destinos litorâneos, muito contextualizados na literatura do turismo sobre os 4S – *sea, sand, sun, sex*.

No que se refere à categoria Sagrado, o sacro da cidade em nada se aproxima daquele do turismo. No turismo, Deus é o generoso que abençoou o espaço com uma bela paisagem. Para salvar a cidade, recorre-se ao homem que tem que buscar soluções para um lugar desprovido da ação de Deus. Se as categorias *Pecado* e *Interdito* contribuem com vocábulos, mas seus contextos não alimentam o imaginário da cidade, as unidades de contexto de *Labirinto* e *Excessos* são o contraponto que faz toda a diferença na conclusão de que o imaginário da cidade é reproduzido no discurso jornalístico da cidade. Ao falar da cidade, o superlativo é uma constante. Não só nas palavras utilizadas, mas também pela presença dos números para explicar a cidade. A paisagem é a dos fixos, e a natureza se faz presente por fenômenos climáticos como sol, chuva, vento, neve. O Central Park recebe um destaque especial em todas as matérias. Na edição de 2000, é comparado a um oásis, mas o leitor é lembrado de que o parque não seria natural.

A divisão do *corpus* por edições, com o objetivo de verificar se haveria, no percurso do tempo, mudança a leitura que se faz da cidade e o imaginário ligado a ela, mostrou que não houve uma alteração de compreensão. As impressões e

sensações permanecem as mesmas e guiam o texto dos diferentes autores, independentemente do período no qual foram escritos. Outras marcas são percebidas nas diferentes escritas dos autores das matérias selecionadas. O *fake*, o construído, o falso, o encenado, teatralizado, cinematográfico, a fantasia, alimentam a construção imagética de um lugar que está fora da realidade. Essa percepção se dá nas quatro matérias analisadas, mas especialmente na matéria cujo título é “A Disney da vida real”. Embora não seja uma matéria sobre a cidade como um todo, mas apenas parte dela, “Time Square”, o texto conduz à compreensão de que Nova York é “Time Square”. O peso das palavras só parece mais leve na matéria “Nova York: 1 ano”. Até a leitura do texto se dá de forma menos dinâmica. Nas demais leituras, o movimento alucinante perpassa.

As frases e legendas que aparecem nas matérias se destacam e destacam o sentido e significado da cidade pelo espaço que ocupam nas páginas da revista. Os recursos de diagramação valorizam imagem, e partes do texto são componentes importantes para a construção de imaginários. O imaginário da cidade para o Turismo é construído historicamente, como mostra o referencial teórico da pesquisa, e a desqualifica turisticamente. Palavras como balbúrdia, caos, confusão, entre outros, reforçam essas ideias. Por outro lado, os superlativos acomodados na categoria *Excessos* podem ser justamente os aspectos que, quando trabalhados em favor da cidade podem ressignificá-la. Ao falar de Nova York, Gстал (2003, p. 57) diz: “Quem a ama, o faz nos seus excessos.”

A revista *Viagem de Turismo* é um veículo de comunicação segmentado com grande influência no seu público leitor. Ao fazer uma apropriação de Waimberg (2003, p. 45), que diz que “o Turismo é um fenômeno especial de comunicação humana. Consegue realizar uma tarefa difícil e desafiadora: apresentar o estranho como um produto não ameaçador e passível de desfrute”, esse desafio se estende ao jornalismo especializado,

que pode se distanciar pela prática, do pressuposto cartesiano de promoção do turismo e, por consequência, aos imaginários atrelados a ele. Distanciar-se do discurso que não apresenta a complexidade do espaço, indo além dos elementos comumente eleitos, como atrativos do destino, poderá atender aos desejos de uma demanda que, empiricamente, apresenta características de consumo que diferem da promoção turística tradicional. Nesse contexto, a cidade, por ser um espaço complexo e rico em possibilidades, talvez atenda melhor às necessidades dessa nova demanda.

Num primeiro momento, foi possível identificar que, para a revista *Viagem e Turismo*, o Brasil é montanha e praia, uma vez que das 120 edições, por trinta vezes cidades litorâneas estamparam a capa da revista. Numa visita² à redação da revista *Viagem e Turismo*, o editor Bruno Agostini explicou que a influência do mercado, econômica³ principalmente, é um fator de impacto sobre a escolha das capas do periódico. Bruno diz que a “capa é a isca”, que eles buscam publicar na capa “o que o leitor quer” e o que “o leitor quer é novidade”, explica. “Ele não pede, mas ele quer”, argumenta Bruno. Outro comentário relevante feito pelo editor é a tentativa de “apresentar um novo olhar sobre o destino velho”. Num segundo momento, foi possível notar que as cidades de montanha também estão presentes nas capas da publicação. Das 120 edições, a Serra apareceu por cinco vezes na capa no mesmo período que o litoral (1999-2006).

Além de São Paulo, que segundo o Ministério do Turismo, é uma das cidades que mais recebe visitantes estrangeiros, não ter sido capa da revista em dez anos de publicação, também nota-se a ausência de Curitiba, considerada cidade-modelo no Brasil, ou ainda Brasília, destaque por seu planejamento, Porto Alegre e Belo Horizonte por suas riquezas culturais, para citar

² Visita realizada em 29 de agosto de 2007.

³ Custo da viagem ao destino que está na capa.

apenas alguns exemplos. Também foi possível perceber a repetição de alguns destinos nas capas nos últimos anos, muito diferente do que ocorria logo nos anos iniciais da publicação. Mesmo em cidades como Nova York, que se destaca entre os destinos urbanos, tem sua complexidade ignorada e a mesma é reduzida a ícones fixos presentes na paisagem. Nessas condições, “desconsidera-se a variedade territorial e a multiplicidade dos espaços, para admitir o engano de que todos os lugares são iguais porque, em todos, se encontram as mesmas imagens que se espalham nos serviços e aparências dos espaços, notadamente urbanos”. (FERRARA, 2002, p. 49).

Ao apresentar a cidade ao turista através de seus elementos fixos, não se percebe que quem faz a cidade são as pessoas que nela vivem, circulam, ou seja, seus fluxos. Nesse sentido, tem-se mais um elemento que corrobora para que o imaginário do turismo se distancie da cidade, uma vez que são concebidas apenas as características atraentes ao olhar/imaginar que já foi estabelecido. A incoerência existente nos destinos tidos como paraíso, nos quais a preservação e a conservação dão espaço para um consumo destrutivo da matéria-prima do turismo na localidade, poderá destruir junto o imaginário que envolve esses espaços. Mais do que eleger “um” ideal de paraíso, ou de estabelecer uma disputa entre os paraísos, se este está na natureza ou na cidade, precisa-se ter em mente com clareza que o paraíso moderno requer mais do que paisagens.

Verificou-se em 120 capas da revista, compreendidas num período de 10 anos de publicação, que nunca um espaço urbano de cidades brasileiras foi capa de alguma edição. Isso já revela a exclusão desses destinos para o turismo. O recorte dado aos quatro exemplares que traziam Nova York como capa tornou-se o objeto de análise desta pesquisa, que buscou verificar qual o imaginário da cidade presente nas práticas de imprensa especializada, atendendo ao critério de selecionar as edições que trouxessem o urbano na capa.

À luz da Análise de Conteúdo de Laurence Bardin, matérias, legendas, títulos, subtítulos, frases, textos box, tornaram-se *corpus* de análise. Unidades de registro – palavras – foram selecionadas em unidades de contexto – frases – e acomodadas em categorias – Excessos, Labirinto, Pecado, Interdito, Paraíso, Sagrado, Natureza, Paisagem – divididas em tabelas temáticas – Imaginário da Cidade e Imaginário do Turismo. Assim, foi possível mensurar qualitativa e quantitativamente o material selecionado. Não só pelo significado, mas também pela frequência de vocábulos com a conotação de caos, balbúrdia, confusão, entre outros, que revelaram que a imprensa jornalística reproduz o imaginário da Cidade – conforme referencial teórico. Nesses termos, o espaço cidade é desqualificado para o de turismo.

Sendo a revista *Viagem e Turismo* um meio de comunicação que está atuando no segmento há tantos anos, reconhece-se sua importância quanto à formação de opinião, capacidade de persuadir o leitor quanto aos destinos que promove em suas páginas e, também, contribui para a produção/reprodução de imaginários. Porém, nota-se o distanciamento entre o que se discute no meio acadêmico e o reflexo desses debates não só nas práticas da imprensa, mas também nas práticas de mercado.

Mesmo na literatura da cidade, nos diferentes períodos em que o tema foi pensado, já se percebiam marcas que caracterizam o espaço *cidade* de forma a diferenciá-lo. Ao mesmo tempo teorias acerca do turismo vêm sendo questionadas e revistas no meio acadêmico constantemente. Mais recentemente, esses dois temas, *Cidade e Turismo*, se encontram para uma outra compreensão do fenômeno, numa proposta mais humanizadora e menos economicista. A partir desse entendimento, a relação entre a cidade e o morador também é influenciada, uma vez que as práticas turísticas propostas para o residente, no seu tempo livre, buscam recuperar a autoestima por sua cidade.

Nessa nova concepção e relação que se dá entre o autóctone e a cidade, está o imaginário atuando como uma educação existencial dos sentidos da percepção, como diz Silva (2003, p. 48): “Alcança uma dimensão maior, antropológica, de elaboração de um mundo no mundo, de uma cultura na cultura, de elaboração de um mundo no mundo, de uma cultura na cultura, de um ser-no-mundo por si, em si, para si e, ao mesmo tempo, em função do mundo com o mundo, pelo mundo.” Ou seja, ao rever e assumir esse outro entendimento do turismo, o imaginário da cidade poderia estar sendo ressignificado.

Nesse processo dialético e dialógico de construção e reprodução do imaginário, a cidade passaria a ser qualificada para o turismo, ao perceber-se sua singularidade, seu espaço diferenciado e rico em possibilidades, de diversidade cultural e patrimonial.

Referências

- AOUN, Sabáh. *A procura do paraíso no universo do turismo*. Campinas: Papirus, 2001.
- AOUN, Sabáh. A procura do paraíso no universo do turismo. Disponível em: <http://www.naya.org.ar/Turismo_cultural/congreso/ponencias/sabah_aoun.htm>. Acesso em: 7 jan. 2007.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARRETTO, Margarita. *Planejamento sustentável do turismo*. Campinas/SP: Papirus, 2005.
- BARRETTO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas/SP: Papirus, 2003.
- BARRETTO, Margarita. As ciências sociais aplicadas ao Turismo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. 3. ed. São Paulo: Masson, 2004.
- BENI, Mário Carlos. *Análise estrutural do turismo*. 10. ed. São Paulo: Senac/São Paulo, 2004.
- BENI, Mário Carlos. *Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira*. São Paulo: Aleph, 2003.
- BOYER, Marc. Turismo de Massa. In: BOULLÓN, Roberto C.; MOLINA E., Sergio; RODRÍGUEZ WOOG, Manuel. *Um novo tempo livre: três enfoques teórico-práticos*. Bauru, SP: Edusc, 2004.
- BORDENAVE, Juan Díaz. *O que é comunicação*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CANCLINI, Nestor Garcia. O papel da cultura em cidades pouco sustentáveis. In: SERRA, Mônica Allende (Org.). *Diversidade cultural e desenvolvimento urbano*. São Paulo: Iluminuras, 2005.
- CANEVACCI, Massimino. *A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunidade urbana*. São Paulo: Studio Novel, 1997.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. II.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Org.). *Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística*. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Turismo e ordenação no espaço urbano. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Org.). *Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística*. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- DIAS, Reinaldo. *Turismo e patrimônio cultural: recursos que acompanham o crescimento das cidades*. São Paulo: Saraiva, 2005.
- DUMAZEDIER, Joffre. *Lazer e cultura popular*. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- BARRETTO FILHO, Abdon. Marketing turístico para o espaço urbano. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Org.). *Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística*. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- FREITAG, Bárbara. *Teorias da cidade*. Campinas/SP: Papirus, 2006.

- FURASTÉ, Pedro Augusto. *Normas técnicas para o trabalho científico: elaboração e formatação com a explicitação das normas da ABNT*. 14. ed. Porto Alegre: [s. n.], 2007.
- GAYER, P. et al. As interfaces entre fenômeno turístico, lazer e inclusão: por uma experiência turística dos residentes em seu espaço urbano. In: CONFERÊNCIA AMFORHT PARA AMÉRICA LATINA, 3, 2006, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Viva Senac, 2006.
- GASTAL, Susana. *Turismo, imagens e imaginários*. São Paulo, SP: Aleph, 2005.
- GASTAL, Susana. O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de Turismo. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Org.). *Turismo urbano: cidades, sites de excitação turística*. Porto Alegre: Edição dos Autores, 1999.
- GASTAL, Susana. *Alegorias urbanas: o passado como subterfúgio*. Campinas/SP: Papyrus, 2006.
- GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert Woodrow. *Turismo: princípio, práticas e filosofias*. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- GOMES, Romeu. A análise de dados em pesquisa qualitativa. In: MINAYO, Maria Cecília de S. (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2007.
- GRINOVER, Lucio. *A hospitalidade, a cidade e o turismo*. São Paulo: Aleph, 2007.
- HOFFMANN, Norberto. *Expansão urbana e gestão turística: políticas e práticas públicas no município de Canela entre 1988 e 2002*. 2004. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2004.
- JORGE, Maria Augusta P. et al. Imaginário e imaginação: a comunidade reproduzindo sua cidade por meio de imagens fotográficas. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 2007, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi, 2007.
- LEFEBVRE, Henri. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro, 2001.
- LUCHIARI, Maria Tereza D. P. Urbanização turística: um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P. (Org.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. 2. ed. Campinas: Papyrus, 2001.
- MOESCH, Marutschka; GASTAL, Susana (Org.). *Um outro turismo é possível*. São Paulo: Contexto, 2004.
- MOESCH, Marutschka. *A produção do saber turístico*. São Paulo: Contexto, 2002.
- MOLINA, Sergio. *Pós-turismo: novas tecnologias e novos comportamentos sociais*. São Paulo: Aleph, 2003.
- MCLAREN, Deborah. *Rethinking tourism and ecotravel*. Chapter 6: Rethinking tourism. Connecticut: Kumkarian Press, 1999.
- MUMFORD, Lewis. *A cidade na história*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1965.
- NIELSEN, Christian. *Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística*. São Paulo: Contexto, 2002.

- SANT'AGOSTINO, Lúcia Helena Ferraz. Práxis simbólica e imagem da Cidade. In: OLIVEIRA, Ana Claudia de; FECHINE, Yvana. *Visualidade, urbanidade, intertextualidade*. São Paulo, SP: Hacker, 1998.
- SANTOS, Milton, *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. *O imaginário da cidade: visões literárias do urbano – Paris, Rio de Janeiro, Porto Alegre*. 2. ed. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2002.
- PINTO, Débora B.; MOESCH, Marutschka. Práticas turísticas fundando novas teorias – o caso da linha turismo em Porto Alegre. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 3., 2005, Caxias do Sul/RS. *Anais...* Caxias do Sul: UCS, 2005.
- REJOWSKI, Mirian. *Turismo no percurso do tempo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- RODRIGUES, Arlete M. A produção e o consumo do espaço para o Turismo e a problemática ambiental. In: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Org.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 2002.
- ROLNIK, Raquel. *O que é cidade*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- SANTOS, Rafael José dos. Antropologia para quem não vai ser antropólogo. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2005.
- SILVA, Maria da Glória Lanci da. *Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer*. São Paulo: Aleph, 2004.
- SWARBROOKE, John. *O comportamento do consumidor do turismo*. São Paulo: Aleph, 2002.
- SILVA, Juremir Machado da. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- SILVA, Juremir Machado da. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. *Revista Famecos*, Porto Alegre, n. 15, ago. 2001.
- SILVA, Maria da Glória Lanci da. *Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer*. São Paulo: Aleph, 2004.
- STEFANI, Ernesto Daniel. Ensaio sobre o lazer. *Veritas*, Porto Alegre, n. 105, mar. 1982.
- VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: NUNES, Edson (Org.). *A aventura antropológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- YÁZIGI, Eduardo. *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, 2002.
- WAINBEIRG, Jacques A. Cidades como sites de excitação turística. In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Org.). *Turismo urbano*. São Paulo: Contexto, 2001.
- _____. *Turismo e comunicação: a indústria da diferença*. São Paulo: Contexto, 2006.