O Turismo e a cidade: a narrativa do Rio de Janeiro como uma cidade naturalmente turística.

MARCIA CRISTINA PINTO BANDEIRA DE MELLO

O presente trabalho, é parte de minha tese de doutorado, defendida na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Portanto não pretendo esgotar com esse trabalho o tema por mim estudado e nem tão pouco tenho a pretensão de que com esse pequeno texto todas as questões sejam elucidadas. Na verdade o trabalho é parte de discussões abordadas na tese, e privilegiei discutir a relação entre cidade e turismo, tendo como objetos a cidade do Rio de Janeiro e o fenômeno Turismo.

Busquei de forma sucinta discutir a construção da natureza turística da cidade do Rio de Janeiro, construção de memórias cariocas que para mim trazem dentro de si a idéia de ser o Rio de Janeiro, a cidade maravilhosa, bonita por natureza e espaço turístico desde seu nascimento.

Para isso dividi pequeno trabalho em três partes: o fenômeno turismo, as narrativas cariocas e a relação turismo/cidade.

Trata-se de um trabalho multidisciplinar, onde a história interage com a comunicação e o turismo.

O Turismo e a cidade.

O turismo é um dos maiores movimentos da história que se encontra hoje em crescimento. Esse movimento turístico vem responder a uma série de necessidades de espaço, de movimento, de bem-estar, de expansão e de repouso, longe das tarefas impostas pelo trabalho cotidiano. Através do turismo ou das viagens turísticas tentamos fugir da rotina, do cotidiano e conhecer o diferente. Como já vimos, o turismo não é uma atividade recente, porém a sua expansão está relacionada com o progresso econômico, urbanização e desenvolvimento dos transportes.

O turismo vende a experiência, o experimento do diferente, à vida incomum controlada e administrada. Para Midlik & Midleton (1973), o produto turístico pode ser

definido como uma conjugação de produtos diferentes que possuem significados diferentes quando separados, mas que agregados formam o produto turístico:

> "a amálgama de elementos tangíveis e intangíveis, centralizados numa atividade específica e numa determinada destinação. Compreende e combina as atrações desta destinação, as facilidades e as formas de acesso, dos quais o turista compra a combinação de atividades e arranjos." (In Ruschmann, 2002:75)

Dessa forma, o produto turístico é composto de atrações do núcleo receptor, as vias de acesso, os meios de transportes e ainda das facilidades oferecidas. Tais componentes devem ser desenvolvidos juntos para atrair os turistas e constituírem uma imagem positiva do local, pois o produto turístico é comprado antes de ser consumido. O consumidor não pode vê-lo antes da compra, só a sua imagem. O consumidor deve deslocar-se para consumi-lo, é um produto que não pode ser estocado e a sua demanda é sazonal. Sua clientela é heterogênea, enfim é um produto cheio de especificidades.

Uma das constatações que devo lembrar é que os lugares explorados pelo turismo são vendidos como cenários que possuem como base à paisagem pré-existente. Uma paisagem urbana "bem composta" como definiu Maria da Glória Silva (2004:21) possui um aspecto harmonioso, com espaços pitorescos, de construções bem conservadas, ruas arborizadas, praças e jardins, é uma cidade ideal, que é utilizada para influenciar a escolha do turista em potencial. A publicidade, o marketing, faz da paisagem o objeto de consumo e define o turismo como viagem para conhecer novas culturas, modos de vidas diferentes, encontrar pessoas e ampliar horizontes. Viver emoções, e ver por si mesmo o que outros espaços podem lhe oferecer. Instigando a curiosidade e ansiedade para visitar novos lugares, criando estrategicamente antíteses, como: lugar de trabalho e lugar de lazer; realidade e imaginário; festa e cotidiano. Imagens são veiculadas, para persuadir o turista em potencial a idealizar o espaço a ser visitado.

De acordo com o que se registrou acima, o Rio de Janeiro, se mostra o local turístico, fácil de ser vendido. Suas paisagens comprovam a idéia de que passado e presente não são dois momentos sucessivos, mas que coexistem. Este é um traço característico do Rio de Janeiro, o antigo e o novo, o futuro e o presente, apresentam-se simultaneamente em sua paisagem e originando cenários maravilhosos, que bem trabalhados emocionam e empolgam aqueles turistas em potencial. Esta característica

faz coexistir temporalidades distintas, em um mesmo espaço. Espaço carioca, um espaço caleidoscópio, que mistura culturas, temporalidades e beleza natural. Para mim, possibilitando a denominação de cidade mestiça, onde destempos existem e podem ser vivenciados.

Respeitando as estatísticas[1] já trabalhadas no momento em que o turista sai da cidade, vimos que vão satisfeitos com o que viveram. Assim, confirmando a idéia de que nosso produto turístico tem grande aceitação e tem uma grande capacidade de satisfazer as expectativas.

Um espaço turístico é produzido, e envolve de um lado os meios de comunicação que irão veicular as imagens criadas e suas descrições e, de outro a construção de cenários de lazer, segundo Maria da Glória Silva (2004:27). Esses espaços sempre são admirados pelas suas paisagens. Essa admiração na verdade conduz o turista até aquele espaço que muitas vezes não passam de cenários intencionalmente construídos. Portanto, quando trabalho com localidades que vivem da atividade turística, nelas se reproduzem beleza e qualidade culturalmente estabelecida. Acho importante definir o que diferencia um cenário de uma paisagem, segundo Meining (In Silva, 2004:28), o cenário é admirado pela sua beleza a paisagem não necessariamente é bela. Por isso a matéria prima da ação do marketing, não são as paisagens, mas sim os cenários construídos para demonstrar a harmonia do espaço.

Se de um lado temos o turista, visto como estrangeiro, de outro temos o carioca. O Rio de Janeiro é um espaço turístico, mas, como o carioca o vê como espaço turístico? Como o carioca sente que vive em um espaço com cenários e paisagens privilegiados? Para tal questão nos reporto a construções de narrativas, de memórias cariocas. Memórias construídas historicamente, por estrangeiros, autoridades políticas e culturais, e que se naturalizaram nos cariocas.

As Construções das narrativas

A análise que ora farei das narrativas construídas sobre o Rio de Janeiro, resultam de um trabalho a partir de quatro operadores discursivos como a Profa. Dra. Ieda Tucherman propõem: Teológico, epistêmico, estético e técnico. Na verdade,

[1] www.turisrio.gov.br

busquei a historicidade dessas narrativas e da construção da memória carioca no aspecto de sua qualidade enquanto espaço para se viver e ser feliz, resultando no imaginário carioca a "cidade maravilhosa", naturalmente um espaço receptor turístico. Busquei em cada momento escolhido a predominância de um operador discursivo e aqui demonstro três narrativas construídas em momentos históricos diferentes que se vincularam entre si e permeiam parte da memória e do imaginário carioca. E nos faz acreditar na natureza turística da cidade.

Idéia de paraíso: A primeira construção do Rio de Janeiro

Com Dias Silva[2] verifica-se que as descobertas marítimas vieram sem dúvida, mudar o lugar do homem no cosmo, e pouco a pouco, foi se originando uma nova visão de mundo, uma nova filosofia e finalmente um novo homem. Esse homem passou, a saber, seu lugar no mundo e na natureza. Desta forma, desenvolveu-se um *"terrenismo dos conquistadores",* mas ainda não se põe em dúvida a vida além túmulo e o julgamento das condutas pelos critérios religiosos. Outro autor, Luiz Felipe Barreto[3], defende que esses descobrimentos estabeleceram um sistema permanente e global de comunicação entre diferentes sociedades. Uma cultura descritiva surge em forma de linguagem e de pensamentos valorativo e subjetivo. Esse processo se deu através dos relatos não intelectuais. Uma nova escrita nascia, um relato anotador e imitador realizado por um intelectual não intelectual (pois não ocupava esse lugar na Europa) que chegava a Portugal.

O europeu que chega ao Brasil, vindo da Europa, Portugal, possuía uma ideologia católica cristã e em seu discurso, o operador teológico esteve presente na formação da imagem e representação dessa nova terra. A idéia de paraíso para essa nova terra, no caso o Brasil, não estava relacionada ao ameríndio, mas principalmente através da famosa expressão de Caminha, de que "nessa terra tudo dá", fértil, gentil e de grande futuro.

A narrativa de paraíso e por isso uma imagem de um Rio de Janeiro, sensual, erótico, aberto e amigável, estaria relacionada diretamente com as primeiras imagens e representações elaborada ainda no século XVI pelos cronistas da época. Símbolos e imagens criadas por homens europeus do século XVI, como a dessa terra ser maravilhosa, de ter um povo alegre que canta e dança não é nova. Os cronistas apressavam-se em registrar o que de exótico lhes parecia nessa terra. É interessante perceber que a terra apresenta o "novo", sem regras e sem

---

[2] Dias Silva, *Os descobrimentos e a problemática cultural do século XVI,*Lisboa, 1982

[3] Luiz Felipe Barreto, *Os Descobrimentos e a ordem do saber: uma estrutura sócio-cultural,*1983

critérios, passando a ser uma ameaça ao homem cristão. Assim, reforçou-se a idéia de ser necessária à cristianização, à conquista e à dominação, ou melhor, domesticar essa terra natural e selvagem. Como já se reportou Laura de Mello e Souza, quando afirma: *" à natureza já edimica da terra descoberta, que revive no imaginário europeu as imagens do Paraíso Terrestre, supõe-se o processo colonizatório e reedenizador"*

No caso específico do Rio de Janeiro ao mesmo tempo que as correspondências da época ressaltam a "salubridade do clima, a formosura e a generosidade da baía", nos escrito de Pero Magalhães Gandavo, Tratado da Terra do Brasil , ele abordou a capitania do Rio de Janeiro e nos deixou uma narrativa do homem do século XVI,

> "A capitania do Rio de janeiro, cidade de Sam Sebastião, está (...) he a mais fertil e viçosa terra que há no Brasil. Tem terras mui singulares e muitas agoas pera engenhos da ssucre. Há nella muito infinito pao do Brasil, de que os moradores da terra fazem muito proveito(...) E por tempo hão de se fazer nellas grandes fazendas: e os que la forem viver com esta esperança não se aharão enganados. (1573:79)

Contudo ressalto que tal imagem se vinculou a cidade do Rio de janeiro, e por isso a considero parte integrante da memória e do imaginário carioca,o que justifica seu destaque no trabalho, quando ouvimos músicas como *"Cidade Maravilhosa*" ou "*Aquarela do Brasil"*[4], ou, como vimos Celso Castro[5] que comentou o site "*lonely Planet"*[6], que situa o Rio de Janeiro "*num dos locais mais bonitos do mundo*" e acrescenta que "*os cariocas buscam o prazer como nenhum outro povo*".

Esse autor quando trabalhou os guias e os folhetos turísticos, se reportou à campanha promocional turística do Rio de Janeiro, desenvolvida pela prefeitura que tem como slogan "*Rio Incomparável*". Os materiais promocionais tratam a cidade como a obra-prima do "*Arquiteto do Mundo*", além da natureza privilegiada *"A Cidade é feita de amor, ginga, música no ar e muita alegria: o carioca está sempre disposto a compartilhar com o turista seu tradicional botequim (e "se for sábado, é dia de feijoada depois da praia")" (Castro apud Velho, 1999, p.81/82).*

---

[4] Música popular, de autoria de Ari Barroso.

[5] Celso Castro, Narrativas e imagens do Turismo no Rio de Janeiro, in Velho, Antropologia Urbana,RJ. Zahar 1999, p.80.

[6] www.lonelyplanet.com

Portanto, a idéia de paraíso narrada pelos cronistas e estrangeiros desde o século XVI, se faz presente e vinculada a memória carioca, essa foi uma primeira construção que dotada de historicidade sobrevive até hoje.

A Idéia de Metrópole: uma segunda construção.

Essa semelhança com o paraíso foi sendo construída sobre um discurso que mais tarde faz da diferença seu maior atrativo. Ou melhor, quando no século XIX, o Brasil passou a ter necessidade de criar uma identidade própria, passa a operar não só com o teológico, mas também com o epistêmico e o estético. Passo então, a trabalhar a construção de uma memória que valorizava a história branca, elitista e imperial, segundo Vainfas (1999), marcando diferenças raciais e étnicas presentes nessa capital, mas que trazia dentro de si a certeza de que a mistura, a mestiçagem, eram marcas de negatividade, onde esse pensamento repousava sobre uma "raciologia científica" (Vainfas, 1999), concebida na Europa e assimilada pela intelectualidade brasileira. A memória e o patrimônio foram construídos nessa época para fundamentar uma operação de "arianização" do brasileiro e da própria cidade do Rio de Janeiro. Assim, podemos entender a necessidade das reformas no espaço urbano da cidade, capital, símbolo da civilização e do progresso brasileiro . Essa arianização do brasileiro se percebe na memória da cidade do Rio de Janeiro, onde verificamos a idéia de inferioridade social do negro, tido como máquina de trabalho e de vício que veio para substituir o índio mais fraco e rebelde. Ambos foram excluídos da memória carioca, do nosso patrimônio cultural, naquele momento onde o operador epistêmico e estético iram prevalecer.

Revendo novamente os relatos dos estrangeiros, que com certeza nos forneceram material para construção dessa memória verificamos que esses estrangeiros "cientistas" que passam a nos visitar a partir de 1815, já não tratam o Brasil como um jardim do éden ou ponto de peregrinação. Cresciam ramos da ciência com a botânica e a biologia, e esses pesquisadores se autorizam a escrever sobre vários assuntos e sobre o cotidiano da cidade, mas quando o tema era negro, por vezes lhes causava horror e curiosidade . Segundo Mario Pires[7], de 1817 a 1839, vários relatos de viagens registram estada no Rio de Janeiro, em geral cientistas, que tinham a sensação de estar em um continente estranho que merece ser estudado, conhecido, como observamos pelo trecho abaixo de um botânico, Gardner:

[7] Pires, Mario,*Raízes do turismo no Brasil,*São Paulo, Ed. Manole,2002. 2ª ed.

> *"(...) tendo a mente inspirada pelas vívidas descrições, feitas por Hemboldt e outros viajantes, da beleza e variedade de produções naturais dos países dos trópicos, da grandiosidade dos cenários das montanhas e do esplendor do seu firmamento, apoderou-se de mim ardoso desejo de viajar em tais regiões(...) Recaiu a escolha no Brasil (por ser) o melhor campo para minhas pesquisas(...) (apud in Pires, Mario, 2002, p.110)*

Portanto, percebo o operador epistêmico, através do interesse científico, delimitar sua participação na construção de uma localidade turística. A cidade passa por mudanças, passa a ser a capital e o operador estético passa a ser destacado quando vimos o destaque a necessidade de embelezamento da cidade, são as reformas urbanas e construções de "aparelhos de civilização". O Rio de Janeiro, além de paraíso deve se tornar uma metrópole.

Em relação ainda com a construção da metrópole Rio de Janeiro, o autor Maurício de Abreu relaciona essa construção com o sistema econômico que influência o traçado do "modelo metropolitano", e chama atenção ao fato do Rio "ter de ser igual a metrópoles externas". Uma cidade anfitriã deve oferecer o mínimo de semelhanças com as demais cidades do mundo civilizado.

.

A Idéia de Cidade Global: uma terceira narrativa

Quando o operador técnico predomina, vimos ser valorizadas, não mais as semelhanças e nem mesmo as diferenças, mas sim as conexões. Assim, começa a se formar uma memória que busca justamente a mestiçagem, a hibridização, a heterogeneidade do Rio de Janeiro. A cidade que pode ser definida como uma cidade mestiça, ou uma cidade "cenográfica"[8], onde não mais as diferenças serão valorizadas, mas as suas conexões entre o negro, o índio e o branco, entre o novo e o antigo, entre o luxo e o lixo, entre o feio e o belo etc.

Pelo próprio avanço técnico a mídia terá um papel crucial não só na construção da memória, mas também na construção das narrativas e imagens da cidade. Verifica-se por meio da idéia de conexão, a presença de várias memórias, onde narrativas e imagens tão distintas de um mesmo local e ainda em uma mesma época hoje são possíveis de serem visualizadas. O operador estético na verdade está sempre presente na memória da cidade do Rio de Janeiro e do seu patrimônio cultural. A idéia de beleza, do belo, é uma marca discursiva que se encontra em todas essas memórias "cariocas". As praias são as mais belas, a gente é a mais bonita, e a arte

[8] Reportagem do jornal "O Globo" – ano 2001

seja em qualquer das suas expressões sempre valoriza a beleza, até mesmo quando tomamos alguns aspectos negativos da cidade como o processo de favelização. A favela é romântica, é a experiência comunitária, e mesmo nos dias atuais com a questão do tráfico, a favela e o asfalto se conectam o tempo inteiro.

A natureza turística do Rio de Janeiro, atualmente é feita por meio das conexões existentes entre a própria representação gerada pelo operador teológico, a visão paradisíaca, pelo o operador epistêmico, a idéia do desenvolvimento cientifico, representado pela arianização do Rio de Janeiro, da Reforma urbana, da transformação da cidade do Rio de Janeiro em uma grande metrópole. Assim nasce uma construção cultural de um Rio de Janeiro, global, com o operador técnico sendo o estrutural valorizando a necessidade de resgatar o antigo, o moderno, e demonstrar a nova estética do Rio Através do projeto de revitalização do Cais do Porto, local que foi durante um grande período a porta de entrada da Cidade, e que hoje abriga o projeto da Cidade do Samba, e local para exposições e festivais musicais.

Segundo O. Ianni (1999), a globalização provocaria uma nova consciência de que todos habitam o mesmo planeta Terra. Verificamos então um movimento de imigração que se tornou significativo no último quartel do século XX. Este movimento, aliado a todas as transformações econômicas, fez com que aparecessem as Cidade Globais, que em parte a meu ver já haviam sido vislumbradas por Munford(1991) e Wirth(1928). Cidades como New York, Berlim, aonde imigrantes chegam, e devido às possibilidades técnicas mantêm um intercâmbio permanente com o seu local de origem. Chamo a atenção que esse fato anuncia a questão da separação do que se denomina distância e local. O mundo, com o desenvolvimento dos transportes e da tecnologia de comunicação foi cada vez mais diminuindo de tamanho . Portanto, essas cidades deixam de ser apenas "zonas de assentamento" e cada vez mais assumem seu papel de "zona de contato".

Dessa forma, a cidade global é ponto de "convergência cultural", onde através do desenvolvimento tecnológico se tem a possibilidade de contato com diferentes locais e culturas em tempo "sincronizado". Como Sarlo (1997) advertiu, onde se originou uma circulação de bens materiais e simbólicos sem fronteiras, de uma forma nunca antes imaginada.

A circulação de bens simbólicos em um espaço globalizado, tratados de pós-tradicionais por Giddens (1993), povoa o imaginário mundial com símbolos e signos pós-tradicionais, e as identidades culturais não são mais definidas por raça ou sangue.

No meu entender, o Rio de Janeiro pode ser tratado como uma cidade global, uma cidade que tem por tradição a idéia de ser além de uma "zona de assentamento", uma "zona de contato". Essa característica possibilitou a cidade estabelecer através do desenvolvimento

tecnológico, nos transportes e nas comunicações, conexões formando uma rede simbólica que originou e ainda origina, memórias, narrativas e imagens que trazem em seu bojo as três cidades imaginadas como foi tentado demonstrar: A "cidade paradisíaca", a "cidade metrópole" e por fim a "cidade global". Por isso, definida por mim como uma "cidade mestiça".

Mas e a nossa imagem? E a nossa representação para o mundo globalizado? Que tipo de cidade será para o mundo? Todas essas questões estão intimamente relacionadas com a questão da Mídia. O fenômeno do "estive-lá", como realizá-lo em uma cidade que apresenta inúmeras memórias?

Sem dúvida os últimos governos cariocas demonstraram com clareza a opção por fazer do Rio de Janeiro uma Cidade Global, uma metrópole mundial, seguindo padrões internacionais, o que geraria para o Rio de Janeiro, os não-lugares. Arquitetura, urbanismo, moda e indústria cultural são amostras de promotores dos não-lugares que são responsáveis pela homogeneização que criam ambientes e bens culturais e de consumo globais. Esses geram no turista uma segurança, mas não o atraí para o lugar. Já os ancoradouros cariocas ficam de uma forma geral restritos à natureza. Esses objetos de singularidade tornam-se ícones de diferenças, os que despertam a curiosidade sobre o local. Segundo Wainberg, "o turismo enquanto indústria vende como produto o "estranho",(...) A cultura, a geografia, a língua, a arquitetura, a história e a tradição são alguns exemplos destes elementos demarcatórios capazes de fixar limite e promover o desejo de exploração. "(2003:15).

Rio de Janeiro, uma cidade turística por natureza.

Pois bem a cidade do Rio de Janeiro, não somente foi a identidade brasileira, como Carlos Lessa nos ressaltou, mas foi seu cartão de visita durante o decorrer da história: praias, sol, paraíso, pecado... Enfim desde as primeiras visitas dos inquisitores e cronistas no Brasil, essa terra sempre esteve relacionada com o pecado, a convite ao pecado, a natureza exuberante e o recorte costeiro convidam o estrangeiro a chegar e achar um porto seguro e protegido.

A presença do estrangeiro sempre foi uma constante nessa cidade, pela sua importância na estratégica militar, no período colonial, por se tornar um centro comercial e financeiro e por fim por ser a capital, centro político e cultural. Como ressalta a campanha publicitária do shopping Rio Sul veiculada no final do ano de 2004, *"um terra de gente feliz, onde vivem princesas que transformam sapos em*

príncipes e protegidos por um pai que assiste a tudo de braços abertos". Reportando-me a antropofagia dos Modernistas, deglutiu seus visitantes e fez surgir cenários e imagens novas sobre ela mesma. Servindo assim como um exemplo de cidade mestiça.

Um Rio de Janeiro histórico-cultural, um Rio de Janeiro de sol e praia descontraído, um Rio de Janeiro de eventos esportivos, de um turismo aventura e até mesmo de um turismo de negócio. Vimos tais "Rios" em imagens quando olhamos com atenção para as gravadas nos postos de serviços das praias em toda a orla do Rio de Janeiro, gravuras do centro da cidade onde aparecem edificações tombadas pelo patrimônio datadas, como o prédio do atual Museu Histórico Nacional, na Praça XV, antiga fortificação do século XVII e prédios "modernos" ao fundo, demonstrando uma paisagem bela que apresenta a cidade como uma metrópole que tem passado. Outras gravuras exaltam as suas belezas naturais, pura e simplesmente, e outras, somente seus aspectos históricos e culturais de belle-époque, como a Confeitaria Colombo e/ou sua maior festa, o Carnaval.

Enfim, chegamos as questões finais levantas, o carioca traz dentro do seu imaginário e memória ,construídos conforme foi esboçado anteriormente, a idéia de que essa cidade é naturalmente turística, que o carioca é naturalmente uma povo hospitaleiro, e que em parte é desterritorializado.

Para dar sentido ao trabalho faço referencia apenas a tal binômio Turismo/cidade para elucidar tal relação academicamente. É lugar comum nas discussões acadêmicas da teoria do turismo, a importância da cidade. Sendo ela uma construção humana, como já foi explicitado anteriormente, elaborada por várias pessoas de diferentes temperamentos, etnias, interesses e formação; uma obra de arte viva que se remodela e se reconstrói todo momento, se transforma de acordo com as suas necessidades, solicitações políticas e movimentos sociais locais relacionados aos universais; lócus da memória e do patrimônio. Apresenta-se polifônica, onde deve ser vista como uma escritura, que deverá ser interpretada pelos visitantes, pois a cidade é um coro de vozes autônomas; espaço de mediações, espaço de enfrentamento e intercâmbio de bens materiais e imateriais, gerando representações sociais, processos de subjetividade e de singularidade; onde as suas partes, cada uma com suas próprias características, servem de unidade para seu próprio entendimento como um todo. O

espaço urbano possui uma diversidade de artefatos diferenciadores, elementos organizados de acordo com as relações de ordem, de hierarquia de valores e tensões sociais, pois no processo de elaboração do "desing" da cidade nem todos os construtores tem participação igualitária, especificamente no caso da cidade do Rio de Janeiro. Portanto, "*Olhar para as cidades é sempre um prazer especial, por mais comum que possa ser o panorama urbano. A cidade é uma construção física e imaginária, compreende um lugar e faz parte do todo geográfico. O tecido urbano é dinâmico e está inserido no processo histórico de uma sociedade." (*Castrogiovanni, A. 2001; p.25)

O que procurei fazer nesse pequeno trabalho era demonstrar como a natureza turística da cidade do Rio de janeiro, foi construída discursivamente em narrativas que se vincularam a memória e a identidade carioca. Povoando o imaginário carioca, a beleza, a sensualidade, o pecado, a hospitalidade, a alegria etc. foram imagens construídas ao longo da história que originou essa cidade sua natureza "turística". Por possuir dentro de si uma mestiçagem característica, se destaca como potencialidade de ser destino turístico desse mundo de universo multicultural, porém globalizado.

Desejo ressaltar que a relação turismo/história não deve ser minimizada a construção de trajetórias de cidades, espaços e políticas públicas. Tal relação pode ser ampliar a um campo de investigação que perpassa questões inter e multidisciplinares, que iniciam-se em estudos de paisagens, passam pelas questões de memória, de imaginário, de patrimônio e alcançam estudos de relações interculturais proporcionadas pelo fenômeno turismo, relações que são históricas, dotadas de historicidade, e que podem se tornar objetos de um campo de pesquisa vasto.

BIBLIOGRAFIA:

ARANTES, A. A. A produção do Passado. São Paulo: Brasiliense, 1984.

BAUMAN, Zygmunt. O mal estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.,1998.

CANCLINI, Nestor G. A Globalização Imaginada. São Paulo: Ed. Iluminuras, 2003.

_____.O patrimônio Cultural e a Construção Imaginária do Nacional in Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. RJ: n°23, 1994.

CANEVACCI, Massimo.A Cidade polifônica, ensaio sobre antropologia da comunicação urbana.São Paulo: Studio Nobel, 1993.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos (org.) .Turismo Urbano. São Paulo: Editora Contexto, 2001.

CHARTIER, Roger. A História Cultural: entre práticas e representações. Coleção Memória e sociedade. Lisboa: DIFEL, 1990.

COHEN, E. The sociology of tourism: approaches, issues, and findings. IN: APOSTOLOPOULOS, Y; LEIVADI, S.; YIANNAKIS, A.The Sociology of tourism. Londres, New York: Routledge, 2002.p.51-71

DELEUZE, G., Conversações, São Paulo: Editora 34, 19..

_____. Memória como coexistência virtual. In Bergsonismo. São Paulo, Editora 34, 1999.

DIAS, R.; AGUIAR, M. Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições. Campinas: Alínea, 2000.

DIAS, REINALDO. Sociologia do Turismo. São Paulo: Edições Atlas,2003.

DONNE, Delle Marcella. Teorias sobre a Cidade. Lisboa: Edições 70, Paidós; 1999.

GIDDENS, Anthony, Consecuencias de la medernnidad. Madri: Alianza,1993.

GONÇALVES, José Reinaldo. Retórica da Perda. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 1996.

GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. Cartografias do desejo. Pedtrópolis: Vozes, 1986.

HALBWACHS, Maurice. A Memória Coletiva. São Paulo: Vértice, 1990.

HUYSSEN, Andréa. Seduzidos pela memória. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

IANNI, Octávio. A Era do Globalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

_____. Teorias da Globalização. Rio de Janeiro,Civilização Brasileira, 1997

LAFARGUE, Paul. "El derecho a la pereza". Madrid: Fundamentos, 1973

LYNCH, Kevin. A imagem da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

KEIPPENDORF, J. Les devorateurs de paysagers. Lausanne: Heures, 1977.

MARTIN-BARBERO, J. Dos meios às Mediações. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001, 2ªed.

MCINTOSH, R., GOELNER, C.; RITCHIE B. Tourism, Principles, Practives, Philosophies. John Wiley & Sons, 1995.

MUNFORD, Lewis. A Cidade na História. Suas origens, transformações e perspectivas. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 1991, 3ª ed.

MURTA, S. M. e GOODEY, B. Interpretação do patrimônio para o turismo sustentado – um guia. Belo Horizonte: Sebrae, 1995.*

NEEDELL, Jefrey. Belle époque tropical. São Paulo, Cia das Letras,1993

PEARCE, Douglas. Tourism Development. Essex: Longman Scientific e Tecnical, 1991

POLLAK, Michael, em Memória, esquecimento, silêncio, Estudos Históricos; CPDOC, Rio de Janeiro: FVG, 3-1989, p.3-15.*

RODRIGUES, Adyr B. (org.). Turismo modernidade globalização. São Paulo: Hucitec,1997.*

ROSSI, Aldo. Arquitectura da Cidade. Lisboa: Edições Cosmos, 1977.

SARLO, Beatriz. Cenas da vida pós-moderna. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

SIQUEIRA, Vera Beatriz. A Corte e o espaço urbano carioca in Rio de Janeiro, capital além-mar; Rio de janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil, 1994.

THEOBALD, Willian (org). Turismo Global. São Paulo: Senac, 2001.

TODOROV, T. A conquista da América: a questão do outro.São Paulo: Martins Fontes,1988.

TRIGO, Luiz G.Godoy.Turismo e qualidade: tendências contemporâneas. Campinas: Papirus, 1996. *

URRY, John. O Olhar do Turista. São Paulo: Nobel, 1996.*

VAINFAS, Ronaldo.Colonização, miscigenação e qustão racial: notas sobre equívocos e tabus da historiografia brasileira. In Tempo, revista do departamento de História da Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro: Sette Letras: n.8 – dezembro 1999.

VELHO, Gilberto. Projeto e Metamorfose. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

_____.. (org).Antropologia Urbana. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed., 1999.

VIRILIO, Paul.Velocidade e Política. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

YÁZIGI, E. e DA CRUZ, Rita.(org).Turismo: espaço, paisagem e cultura.São Paulo: Ed. Hucitec, 1999, 2ª ed.

WAINBERG, Jacques. Turismo e comunicação: a indústria da diferença.São Paulo: Editora Contexto, 2003.

WILLIAMS, Raymond. Cultura e sociedade 1780-1950 . São Paulo: Ed. Nacional, 1969.