



Caderno Virtual de Turismo

E-ISSN: 1677-6976

caderno@ivt-rj.net

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Brasil

Caldas Costa, Aline de

Os doces e licores artesanais da literatura sul-baiana e sua relação com o turismo à luz das indústrias criativas

Caderno Virtual de Turismo, vol. 8, núm. 1, 2008, pp. 83-90

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115416770009>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Os doces e licores artesanais da literatura sul-baiana e sua relação com o turismo à luz das indústrias criativas

Aline de Caldas Costa (llisis19@yahoo.com.br)*

Resumo

O artigo reúne uma discussão sobre cultura, artesanato e turismo com enfoque nas indústrias criativas. O estudo faz um recorte da produção artesanal do município de Itabuna (BA), focalizando os doces e bebidas como norteador de uma breve análise sobre a relação entre memória coletiva e literatura regional. Através de entrevistas a artesãos, recolhe dificuldades e potencialidades do uso da tradição dos licores e doces caseiros para o turismo, visando a sustentabilidade. Aborda a necessidade de políticas públicas para a qualidade, financiamento, incentivo e formação de redes, apresentando algumas contribuições resultantes dessa reflexão.

Palavras-chave: Cultura; turismo; economia criativa.

Abstract

The article argues culture, handcraft and tourism with focus in the creative industries. The study it make a clipping of production of the handcraft of city of Itabuna (BA), taking candies and drinks as guide of one small analyze on lead between memory collective and regional literature. With interviews the handcraftsman, it collects difficulties and potentialities of the use of traditions of liquors and candies directed toward the tourism, aiming at the sustentabilidade. Talk on the necessity of policies for the quality, financing, incentive and creation of nets, presenting some contributions resulting from this reflection.

Key-words: Culture; tourism; creative economy.

Considerações iniciais

Este trabalho tem como objetivo relacionar aspectos da memória regional sul-baiana à literatura e ao turismo cultural, tomando como referência os saberes e fazeres correspondentes aos doces e bebidas artesanais. A literatura é tida como suscitadora do trânsito turístico (Simões, 2002) e a produção artesanal como recurso ampliador do imaginário e valorização da cultura local (Hall, 1999). Considera-se a produção artesanal como "indústria criativa", ou seja, como atividade que pode combinar elementos tangíveis e intangíveis a determinado produto, dotando-o de valor simbólico e econômico (Deheizelin, 2006).

Em sua primeira parte, o trabalho coloca traços da memória regional e o fazer literário, destacando em textos de Jorge Amado, Sosígenes Costa e Valdelice Pinheiro as menções à diversidade de frutas típicas e seu aproveitamento na produção de doces e licores artesanais. Na segunda parte, são relacionados artesanato, criatividade, turismo e sustentabilidade. Nesse ínterim, ressalta um arcabouço de tradições da região cacaveira e seus novos usos frente à globalização.

O trabalho se justifica por sua atuação junto ao processo de valorização da cultura local, visando sinalizar alternativas para contribuir com um turismo cultural sustentável em que a comunidade, fazendo valer as suas expressões culturais, participe e seja beneficiada econômica e politicamente.

Literatura e memória regional

Nascidos na região sul-baiana, Jorge Amado, Valdelice Pinheiro e Sosígenes Costa apropriaram-se de suas vivências, de aspectos do cotidiano regional, para criar suas ficções. Interessa-nos aqui pontuar que tais aspectos compõem "pontos de referência" para a estrutura da memória coletiva, com ênfase em lembranças e, sobretudo, no sentimento de pertença e identidade cultural.

Cabe destacar que a memória, de acordo com Pierre Nora (1993), é viva, encontra-se sempre no tempo presente, latente no grupo e possui o corpo como suporte único. Embora seja suscetível ao esquecimento, a manipulações e distorções do inconsciente, a memória situa a lembrança no "sagrado", constituindo-se em um absoluto. Michael Pollac acrescenta que a memória coletiva tem como função a coerção social por meio de uma "adesão afetiva ao grupo" (1989, p.3).

O registro das memórias coletivas implica num processo de "enquadramento da memória" através da construção de um discurso que se quer ser "oficial", o qual, ainda que seja no campo oral, resulta numa memória comum, na produção da "história". Nora nos diz que a história se constitui numa "reconstrução problemática e incompleta do que não mais existe" (p.9) e possui vocação para o universal.

Longe de caracterizar a produção literária dos autores selecionados para o presente corpus de análise enquanto história, vejamos o conceito que melhor nos esclarece a presença de pontos de referência da memória regional na ficção:

(...) na ficção o termo pós-modernismo deve ser reservado para descrever a forma mais paradoxal e historicamente complexa que venho chamando de "metaficção historiográfica" (...). Na metaficção historiográfica não há nenhuma pretensão de mimese simplista. Em vez disso, a ficção é apresentada como mais um entre os discursos pelos quais elaboramos nossas versões da realidade, e tanto a elaboração como sua necessidade são o que se enfatiza no romance pós-modernista (Hutcheon, 1991, p.64).

Linda Hutcheon nos apresenta uma possibilidade de trabalhar as aproximações entre ficção e memória histórica, do ponto de vista sociocultural, sem, contudo, colocarmos na condição de fato histórico as passagens da literatura que "registram" saberes e memórias de ícones regionais. "A metaficção historiográfica

* Discente do Programa de Mestrado em Turismo Cultural da Universidade Estadual de Santa Cruz.

fica procura desmarginalizar o literário por meio do confronto com o histórico, e o faz tanto em termos temáticos como formais" (p.145). Ao descrever na literatura os fazeres da culinária das terras do cacau, os autores literários em questão alimentaram de referências culturais obras que, por sua vez, ressaltam traços, características, hábitos, costumes, significados criados por gerações anteriores.

Nesse sentido, acrescenta o folclorista Câmara Cascudo (1983, p.26-27): "a escolha de nossos alimentos diários está intimamente ligada a um complexo cultural inflexível". Quer dizer, não basta que o alimento atenda às necessidades biológicas e nutricionais, uma vez que os hábitos gastronômicos de uma dada localidade estão intimamente ligados ao universo da seleção e significação (Meneses, 1999), à tradição forjada a partir do trânsito, do cruzamento e de trocas entre diferentes etnias.

Na poesia de Valdelice Pinheiro, encontramos diversas menções à infância e à memória da colheita de frutas, compondo um imaginário de diversão e liberdade: "Ah, minha infância tropical, brasileira, comendo jaca e mamão, chupando cajá e tangerina, descobrindo o mel no favo, conhecendo as abelhas!" (Simões, 2002, p.48). A presença das frutas no texto da autora remete à ludicidade e encantamento do universo infantil: "Deus beijou / as abelhas / e as pitangas / e desenhou os divinos dentes / na polpa de uma goiaba. / Depois encomendou às crianças / e aos passarinhos / o sabor da vida" (*ibid.*, p.91).

Em *Tocaia Grande* (1984), Jorge Amado descreve o costume "comunitário" de cultivar pomares, explicitando a riqueza da região, inserida numa área de mata atlântica e clima tropical.

Planejavam plantar um pomar para cultivar laranjas – a de umbigo, nem o mel se lhe compara no sabor, a d'água e a seca, a da terra, amarga como fel mas com a casca faz-se o doce mais gostoso – , limão e tangerina, além das frutas que

ali cresciam ao deus-dará, tantas e incomparáveis: jaca, manga, abacate, mamão, caju, mangaba, pitanga, cajá, jaca-de-pobre, fruta-de-conde, condessa e pinha, groselha, jambo e carambola, goiaba e araçá, muitas e muitas outras, nem de longe a lista se esgotou. Touceiras de pés de banana de espécies variadas: da terra e d'água, da prata e de ouro, a banana-maçã e as de são-tomé, roxas ou amarelas, boas para levantar as forças dos doentes. Mais ainda do que em religião, sia Leocádia era entendida em doces de calda e de pasta, em Estância, fazia-os para vender a numerosa freguesia. No dia em que os estancianos terminassem de amanhar o chão que haviam demarcado, a feira de Tocaia Grande não ia dar abasto ao faturão. (Amado, 1998, p.341-342).

Ao tratar da diversidade de frutas da região, o autor também vai colocar a importância do saber vivo na memória dos integrantes mais velhos do grupo, personificado na figura de sia Leocádia.

Já Sosígenes Costa vai narrar em *Irarana* (2001) o processo de fabrico do chocolate caseiro, ainda na sua versão para beber.

*Então ele torrou o cacau numa lata torradeira
Que emprestou Sinhá Loló
Pilou cacau no pilão grande de pau
Peneirou na urupema de cipó
Botou bem doce, bem canela
E baunilha como quê.
E o tatu quando bebeu o chocolate
Balançou de gozo o rabo
E disse assim:
Isso é melhor do que cauí,
Isto é bom como o diabo
(Costa, 2001, p.171).*

O autor se apropria de figuras folclóricas para destacar a presença indígena na região, com seus artefatos, hábitos e ingredientes. Importa salientar a descrição da seqüência em que se dá o fazer desse doce, desde a torragem, passando pela moagem e cozimento, o qual se mantém vivo e bastante presente no cotidiano regional.

Das frutas, faz-se doces e também licores, presentes no cotidiano quando da recepção, gentilmente oferecidos aos amigos e convidados.

Zilda servia às visitas licor de jenipapo, de pitanga, de maracujá, todos de fabricação caseira: como conseguia tempo para tanta coisa? Para os afazeres domésticos, a cozinha, os licores, o doce de banana, a passa de caju, para a costura e o ponto cruz? (Amado, 1998, p.321)

Também característicos das festas juninas, os licores à base de frutas regionais são oferecidos em confraternização tanto aos brincantes quanto aos anfitriões, em retribuição à hospitalidade.

Ao ouvir falar na festa de São João que o negro estava preparando, mais que depressa foi se oferecer para fabricar o indispensável licor de jenipapo: os frutos tombavam das árvores (...). Com a ajuda de Epifânia, a laboriosa Cotinha tratava jenipapos, descascando-os, retirando as sementes amargas, espremendo-os para transformar depois o suco em licor. Maneirava o serviço recordando o paladar – supimpa! – [...] Pedro Cigano oferecia-se para provar a calda quando fosse ao fogo: determinaria o ponto justo do néctar. (ibid., p.189-197)

Vale ressaltar que o fazer dos licores é descrito como uma reunião entre amigos, entre os membros mais experientes da comunidade e aqueles que buscam assimilar as minúcias desses saberes. Cada sujeito colabora com uma etapa do trabalho voluntariamente, o que enfatiza também os saberes individuais, a relevância de cada personagem no processo.

São vastos os momentos em que os hábitos da mesa grapiúna ganham destaque na literatura, porém, há que se considerar a dinâmica das identidades culturais (Hall, 1999) e as transformações pelas quais tais costumes passaram até constituírem-se em "ponto de referência" da memória regional. Outros usos dos recursos locais surgiram e foram elaborados a partir dos novos hábitos, ingredientes, trocas e experiências.

O que se pretende tratar nos itens a seguir é a relação entre a produção de doces e licores e sustentabilidade através do turismo.

Artesanato, criatividade e turismo: do fictício à sustentabilidade

Conhecida pelo legado histórico de capitania hereditária e pelo imaginário do cacau, dos coronéis e das *Gabrielas*, difundido pela literatura, cinema, telenovelas, etc., a região sul-baiana vive o desafio da mudança de uma economia baseada em monocultura para o aproveitamento de outros insumos disponíveis. Desde a década de 90, o turismo vem figurando como uma das principais opções para essa transformação.

Segundo Simões (2002), a literatura suscita dois tipos de comportamentos no leitor. O "leitor-turista" é aquele sujeito que lê um determinado texto, visualiza o espaço descrito, se identifica com o cenário e realiza uma viagem imaginária. O "turista-leitor" é o sujeito que, motivado pela leitura, visita o local adaptado pelo autor para narrar a história.

A autora explora a questão do imaginário e da "desterritorialização" como agentes que promovem a cultura local e contribuem para o aumento do turismo em cidades-palco de ficções, por apresentarem, na literatura, um alto grau de visibilidade da região. No ato de visita, o "turista-leitor" se sente convidado a realizar uma releitura da cidade a partir da obra, na qual busca interagir com a comunidade e seu legado cultural, o que também ocorre através do consumo de artesanato.

Considerado como tradição, elemento folclórico ou artefato "tangibilizador" da memória de comunidades, o artesanato compõe ainda uma alternativa de renda. Contudo, sua inclusão no ramo de atividades econômicas levou a um processo de industrialização do produto artesanal, voltado para o consumo turístico também de massa. Esse fenômeno originou o termo "industrianato" (Pinho, 2002),

em que o artesanato é feito em larga escala e distribuído para além do território de origem, desvinculando-se de uma localidade, tradição ou comunidade específica, entre outras características.

Ocorre que, em relação ao turismo, a diferença constitui-se em núcleo do produto (Wainberg, 2003) e coloca em lugar privilegiado o artesanato que pode funcionar enquanto ferramenta facilitadora da compreensão do destino, atuar junto à memória e como alternativa sustentável para o desenvolvimento.

Visto que o presente estudo representa um recorte do projeto de pesquisa que busca investigar a potencialidade da produção artesanal no município de Itabuna com vistas ao turismo cultural, foi tomada, para esta ocasião, uma amostra por *julgamento* (Dencker, 2001). Em visita ao Shopping do Artesanato Grapiúna, no centro da cidade de Itabuna, foi realizada entrevista semi-estruturada com a mais antiga produtora de doces e licores caseiros, integrante da Associação de Artesãos de Itabuna (AIART) e também com um produtor independente.

Genildes dos Santos da Hora e Augusto César Ladeia se dedicam com exclusividade à produção de licores e doces à base de frutas, a exemplo do cacau e jenipapo, principalmente.

A artesã Genildes, ou Geni, como assina seus produtos, trabalha no ramo há 23 anos, em parceria com parentes, tendo a fazenda da família como local de trabalho. Para ela, as dificuldades em desenvolver a profissão estão na falta de recursos e incentivos do governo, ausência de financiamentos e condições para atender à demanda.

Já Augusto Ladeia iniciou a produção voltada para as vendas há seis anos, quando ficou desempregado. Dentre as dificuldades encontradas, o produtor assinala a sazonalidade de turistas e escassa matéria-prima de qualidade.

Os dois entrevistados apontaram a importância de uma produção voltada para as especificidades da região cacaveira como meio de atrair o público de outras regiões que visitam Itabuna, seja por conta de seu comércio variado, pelo shopping center (único da região sul-baiana) ou mesmo pela localização do município no eixo rodoviário que permite acesso a várias cidades turísticas.

Em todos os casos, as técnicas de feitura das "bolinhas" de jenipapo, chocolate caseiro ou "tabletinho", geléias de cacau e tamarindo, licores à base de frutas regionais etc. foram herdadas dos familiares e preenchem as lembranças da infância na fazenda, especialmente das festas juninas e das tardes de verão, quando as frutas são abundantes.



Figura 1: Licores à base de frutas regionais.



Figura 2: Licores em exposição no Shopping do Artesanato Grapiúna.



Figura 3: "Rabo de macaco" (doce de jenipapo cristalizado).



Figura 4: Doces em exposição no Shopping do Artesanato Grapiúna. A embalagem dos doces, com frutas cristalizadas ou desidratadas, é feita em folhas de bananeira desidratada.

Ao enfatizarem traços de "grapiunidade" em sua produção, os artesãos ressignificam as identidades culturais em função do novo momento histórico, no qual as comunidades populares tentam retomar sua cultura enquanto recurso para a melhoria sociopolítica e econômica (Yúdice, 2004, p.25), para a sustentabilidade em tempos de globalização.

Porém, faltam políticas de incentivo que possam ir além de simples espaços para exposição, projetos de *marketing* cultural que permitam a visibilidade dessa produção no âmbito do turismo nacional e internacional, visando a compor "redes" e fortalecer a economia e a cultura locais (Fischer, 2002).

Yúdice ressalta que o desenvolvimento cultural depende da capacidade de atrair investimentos e fomentar parcerias público-privadas. Ocorre que, neste caso, o retorno aos investidores não pode ser calculado em cifras e sim em cidadania e participação mais ativa da comunidade na esfera política, alavancando a democracia. Neste sentido, acentua-se a necessidade de elaborar políticas voltadas para a produção de cultura "legitimada pela utilidade", uma vez que impulsionam indicadores econômicos (geração de emprego e renda), educacionais (difusão e gestão do conhecimento) e mesmo axiológicos (ativação de valores éticos enfraquecidos pela falta de oportunidade, etc).

Acrescenta-se aos dois indicadores referidos por Yúdice a necessidade de capacitar os produtores com vistas a alcançar os padrões de qualidade exigidos pelo "novo consumidor turista" (Walls, 1996), capaz de julgar com maior rigor o que vai consumir em virtude de possuir mais informação, dentre outras características.

O surgimento das indústrias criativas deu-se a partir de 1997, através da iniciativa do primeiro ministro do Reino Unido em criar a *Creative Britain*, visando a impulsionar a geração de riqueza com a criatividade (Yúdice, 2004). A partir desse fenômeno, surgem novos tipos de relação entre os capitais social, cultural e econômico, fundamentados no interesse suscitado pela retomada de saberes e práticas tradicionais.

Paralelo a essa investida, ocorreu uma redução de investimentos no setor social que levou, entre outras consequências, à expansão da cultura para as esferas econômica e política. Assim, o setor cultural tornou-se um aglutinador de ações para o desenvolvimento socioeconômico.

A capacidade de gerar empregos e renda, de alterar os modos de trabalhar são alguns dos exemplos de impactos nos mais variados setores. O turismo figura como um dos principais setores em que se podem observar transformações; afinal, não pode haver visitação sem o

desenvolvimento da noção de preservação, cuidados com a paisagem, com as comunidades locais e com o patrimônio.

Com esse objetivo, o Ministério da Cultura do Brasil, em parceria com a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Organização Internacional do Trabalho (OIT) implantaram recentemente em Salvador o Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa (CITEC), inaugurado em 2007.

O CITEC funciona como mediador do financiamento à cultura, diálogo interinstitucional entre os poderes público, privado e o terceiro setor, coadjuvante na elaboração de políticas e estratégias para a diferenciação, frente ao mercado globalizado, dos bens simbólicos que exercem uma retomada de traços criativos e identitários de cada local.

Desse modo, as indústrias criativas ultrapassam a dimensão cultural e inserem a identidade num sistema internacional de comércio. Essas reconfigurações no âmbito da cultura ressaltam a necessidade dos artesãos em, sobretudo, interagir com seu arcabouço cultural.

Considerações finais

A operacionalização da memória regional através da produção de doces e licores a partir das frutas regionais alimenta o imaginário identitário regional e, relacionada à ficção, ganha visibilidade, podendo suscitar o interesse do turista pela região; mais que isso, reforça o valor simbólico do produto. O estudo sinaliza a apropriação de traços da cultura local como recurso (Yúdice, 2004) para a valorização da identidade e promoção da inclusão social através do turismo (Swarbrooke, 2000; Simões, 2002).

Consolidar um ciclo de renovação é o principal desafio para esta região, que ainda sofre com a herança da instabilidade da economia cacaujeira. Com base no comércio e no vasto legado cultural, especialmente o literário, surgem tentativas de fomentar o turismo. En-

tretanto, em grande parte dessas investidas, a cultura encontra-se subordinada a um turismo massificador, que ignora políticas para o aproveitamento do potencial simbólico local.

Diante do momento de efervescência na gestão cultural em nível federal, o tratamento da cultura vem se ampliando enquanto produção simbólica, com foco na valorização da diversidade cultural; enquanto direito e cidadania, quer dizer, a cultura como ferramenta para a inclusão social; e enquanto economia, com ênfase na geração de empregos e renda, disparando e fortalecendo cadeias produtivas. Esse olhar prioriza ações como a identificação, valorização e incentivo à produção cultural e à integração com instâncias estaduais e locais.

Considerando ainda que o Centro Internacional Transdisciplinar de Economia Criativa encontra-se em Salvador, acreditamos na possibilidade de uma gestão cultural integrada com outras pastas – seja no financiamento, na adequação dos recursos existentes às necessidades e potencialidades locais ou ainda na produção, distribuição ou divulgação da produção cultural – que possa colaborar para o desenvolvimento turístico e cultural em Itabuna, promover o direito à diferença cultural e à inclusão social, bem como contribuir para o fortalecimento das identidades local e regional.

Estamos considerando a produção simbólica existente como singular e com potencial, à medida que forem implementadas as ações políticas e econômicas necessárias à sua consolidação, para atrair um perfil de turista que prioriza o aspecto qualitativo em sua experiência de viagem. Portanto, é necessário elaborar ferramentas técnicas para ampliar a qualidade, valorizar e dar visibilidade a essa produção através de incentivos financeiros, capacitação e acesso a informações, incentivo à criação de novas técnicas, diálogo com as instituições que protegem a inovação, além de ações de *marketing* que a torne mais competitiva.

Também acreditamos na possibilidade de construir uma relação com o turista antes,

durante e depois da visitação, aumentando a qualidade da experiência vivida na região. Sugerimos a formatação de produtos turísticos culturais, como oficinas de curta duração para os visitantes, de modo que o artesão possa dividir com o visitante o seu saber, ao modo descrito na literatura, ou seja, com o foco no processo e nos sujeitos.

Referências bibliográficas

- AMADO, J. **Tocaia grande: a face obscura**. 12.ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- BARRETO, M. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. Campinas: Papirus, 2000.
- CASCUDO, L.C. **História da alimentação no Brasil**. Belo Horizonte/Itatiaia/São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1983.
- COSTA, S. **Poesia completa**. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo, Conselho Estadual de Cultura, 2001.
- DEHEIZELIN, L. Economia criativa: uma tímida tentativa de definição (parte 1). In: **Cultura e mercado**. São Paulo: Instituto Pensarte, 2006. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br>>. Acesso em: jul. 2006.
- DENCKER, A.F. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 5.ed. São Paulo: Futura, 2001.
- FISCHER, T. Poderes locais, desenvolvimento e gestão: introdução a uma agenda. In: (Org.). **Gestão do desenvolvimento e poderes locais: marcos teóricos e avaliação**. Salvador: Casa da Qualidade, 2002. p.12-32.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Guacira Lopes. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- HUTCHEON, L. **Poética do pós-modernismo**. Tradução de Ricardo Cruz. Rio de Janeiro: Imago, 1991.
- MENESES, U.T.B. Os usos culturais da cultura: contribuição para uma abordagem crítica das práticas e políticas culturais. In: YÁZIGI, E. et al. **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 3.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.
- NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Tradução de Yara Aun Khoury. **Projeto História**, n.10. São Paulo: PUC-SP, 1993.
- PINHO, M.S. Produtos artesanais e mercado turístico. In: MURTA, S.M.; ALBANO, C. (Org.). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**, p.169-180. Belo Horizonte: UFMG – Território Brasilis, 2002.
- POLLAC, M. Memória, esquecimento, silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v.2, n.3, p.3-15, 1989.
- SIMÕES, M.L.N. De leitor a turista na Ilhéus de Jorge Amado. **Revista Brasileira de Literatura Comparada**, n.6, p.177-183. Belo Horizonte: ABRALIC, 2002.
- _____. **Expressão poética de Valdelice Pinheiro**. Ilhéus: Editus, 2002.
- SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável – turismo cultural, ecoturismo e ética**, v.5. Tradução de Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2000.
- YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Tradução de Marie-Anne Henriette Jeanne Kremer. Belo Horizonte: UFMG, 2004.
- WAINBERG, J.A. **Comunicação e turismo: a indústria da diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.
- WALLS, J.F. **Las claves del mercado turístico: como competir em el nuevo entorno**. Bilbao: Deusto, 1996.

Cronologia do processo editorial:

Recebimento do artigo:	07-set-2007
Envio ao parecerista:	04-mar-2008
Recebimento do parecer:	20-mar-2008
Envio para revisão do autor:	24-mar-2008
Recebimento do artigo revisado:	27-mar-2008
Aceite:	27-mar-2008