



Turismo - Visão e Ação

ISSN: 1415-6393

luiz.flores@univali.br

Universidade do Vale do Itajaí

Brasil

Pinheiro, Mirian Teresinha; Fontes do Amaral Pereira, Raquel Maria; Mundet i Cerdan, Lluís

O patrimônio histórico cultural reconhecido pela unesco em Barcelona utilizado pelo turismo

Turismo - Visão e Ação, vol. 19, núm. 2, mayo-agosto, 2017, pp. 375-397

Universidade do Vale do Itajaí

Camboriú, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056058008>

- 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

O PATRIMÔNIO HISTÓRICO CULTURAL RECONHECIDO PELA UNESCO EM BARCELONA UTILIZADO PELO TURISMO

THE HISTORICAL CULTURAL HERITAGE RECOGNIZED BY UNESCO IN BARCELONA USED BY TOURISM

*EL PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL UTILIZADO POR EL TURISMO Y RECONOCIDO POR LA
UNESCO EN BARCELONA*

Mirian Teresinha Pinheiro

Professora da Graduação de Turismo e Hotelaria – Universidade do Vale do Itajaí
Mestre em Turismo e Hotelaria pela UNIVALI
mirianpinheiro@univali.br

Raquel Maria Fontes do Amaral Pereira

Professora do Programa de Pós-Graduação de Turismo e Hotelaria - UNIVALI
Doutora em Geografia pela Universidade de São Paulo
raquelfontespereira@gmail.com

Lluís Mundet i Cerdan

Doutor em Geografia pela Universidade de Girona
lluis.mundet@udg.cat

Data de Submissão: 24/10/2016

Data de Aprovação: 10/04/2017

RESUMO: Turismo é uma atividade econômica, relacionada ao capitalismo, caracterizada pela mercantilização de produtos e serviços. Assim, o patrimônio histórico e cultural passa a ser considerado um produto, atrativo de demandas, resultante de diferentes estratégias criadas pela atividade turística. Percebe-se que há uma estreita correlação entre o desenvolvimento do turismo de alguns dos países que mais recebem turistas e os seus patrimônios, a exemplo do que ocorre na Espanha, um dos mais visitados. Dentre as cidades mais visitadas, consagra-se Barcelona – CAT/ES, possuidora de nove patrimônios históricos e culturais reconhecidos pela UNESCO, dentre eles, sete representantes do legado do arquiteto Gaudí. Este trabalho tem como objetivo analisar resultados preliminares acerca da importância desse patrimônio histórico e cultural reconhecido pela UNESCO, em vista de sua utilização como atrativo turístico. A metodologia da pesquisa se pautou no estudo de caso, devido aos procedimentos de coleta de dados e informações, provenientes de fontes secundárias e primárias, quantitativas e qualitativas. Dentre os resultados obtidos, aponta-se a necessidade de avanços nos processos de controle da demanda, principalmente nos legados de Gaudí, contratação de profissionais ligados ao turismo, ou à história, utilizando o referido patrimônio com ética, valorizando seus significados.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; Patrimônio histórico e cultural/UNESCO; Barcelona.

ABSTRACT: Tourism is an economic activity related to capitalism, characterized by the modification of products and services. This way, historical and cultural heritage is considered a product, attractive demands resulting from different strategies created by the tourist activity. It is noted that there is a close correlation between the tourism development of some countries that receive the most tourists and their heritages. As an example, what happened in Spain, which is among the most visited cities we have Barcelona – CAT/ES, and has nine historical and cultural heritages recognized by UNESCO, including seven works of the architect Gaudí. From this, this work general objective is to analyse preliminary results of studies on the importance of this historical and cultural heritage recognized by UNESCO, in view of its use as a tourist attraction. The research methodology was based on the case study, data and information were collected from qualitative and quantitative secondary and primary sources. Among the results, the need for advances in the processes of control of demand is highlighted, mainly in the sites of Gaudí works, hiring professionals connected from the areas of tourism or history, using the aforementioned heritage sites in an ethical way, valuing their meaning and relevance.

Key words: Tourism; Historical and cultural heritage/UNESCO; Barcelona.

RESUMEN: El turismo es una actividad económica relacionada al capitalismo que se caracteriza por la mercantilización de productos y servicios. De esta manera, el patrimonio histórico y cultural pasa a ser considerado un producto que atrae demandas y es resultado de distintas estrategias creadas por la actividad turística. Se observa que hay una estrecha correlación entre el desarrollo del turismo en algunos de los países que más reciben turistas y sus patrimonios, a ejemplo de lo que ocurre en España, uno de los más visitados. Entre las ciudades más visitadas se consagra Barcelona – CAT/ES, poseedora de nueve patrimonios históricos y culturales reconocidos por la UNESCO, entre ellos siete representantes del legado del arquitecto Gaudí. Este trabajo tiene como objetivo analizar algunos resultados preliminares acerca de la importancia de ese patrimonio histórico y cultural reconocido por la UNESCO, debido a su utilización como atractivo turístico. La metodología de la investigación se pautó en el estudio de caso, que utilizó los procedimientos de recolección de datos e informaciones provenientes de fuentes secundarias y primarias, cuantitativas y cualitativas. Entre los resultados obtenidos se destaca la necesidad de avances en los procesos de control de la demanda, principalmente en los legados de Gaudí, contratación de profesionales vinculados al turismo o a la historia, utilizando el referido patrimonio con ética y valorizando sus significados.

PALABRAS CLAVE: Turismo; Patrimonio histórico y cultural/UNESCO; Barcelona.

INTRODUÇÃO

O turismo constitui uma atividade econômica fundamentada numa infraestrutura capaz de atender às demandas relativas ao deslocamento, à hospedagem, à alimentação e à segurança, dentre outras, mediadas pelas transformações socioeconômicas ocorridas principalmente no século XX, em consequência da expansão capitalista. De acordo com Hobsbawm (1995), foi na segunda metade do século XX que foi produzida uma tecnologia avançada, ocasionando um “boom econômico”, e não somente nos países desenvolvidos.

Turistas se deslocam movidos por diferentes razões, como atraídos por atrativos representados pelo patrimônio histórico e cultural, que chamam a atenção de diferentes demandas, mediadas por estratégias estabelecidas pelos atores sociais do turismo. Alguns patrimônios são alvo de políticas de salvaguarda devido aos riscos tanto de ordem natural ou social, a que estão submetidos, bem como por sua importância e significado. Mundialmente, os processos de salvaguarda são chancelados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Para a UNESCO (2016), “o patrimônio cultural é de fundamental importância para a memória, a identidade e a criatividade dos povos e a riqueza das culturas”.

Choay (2001, p.11) contextualiza patrimônio histórico, destacando que: [...] A expressão designa um bem destinado ao usufruto de uma comunidade que

se ampliou a dimensões planetárias, constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum[...] Em nossa sociedade errante, [...] “patrimônio histórico” tornou-se uma das palavras-chave de tribo midiática. Ela remete a uma instituição e a uma mentalidade.

Diante de tais considerações, as formas de uso do patrimônio pela atividade turística traduzem novas mentalidades acerca do seu significado, bem como das estratégias de valorização. Sendo o turismo uma atividade econômica do sistema capitalista, que estabelece uma relação de uso, ou de exploração de diferentes produtos e serviços, também se serve do patrimônio histórico e cultural. É possível se perceber que há uma correlação entre o desenvolvimento do turismo de alguns dos países que mais recebem turistas e os patrimônios históricos e culturais, a exemplo do que ocorre na Espanha, país com expressivo número de patrimônios da humanidade, que se destaca por sua boa colocação no *ranking* de recebimentos de turistas nos últimos anos.

Nas últimas décadas do século XX, a Espanha atravessou um período de melhorias, advindas da superação da alienação frente aos preceitos de desenvolvimento, que promoveram alguns acertos, como o investimento em turismo. Principalmente em algumas regiões, como foi o caso da Catalunha, na qual o desenvolvimento industrial acabou por promover o progresso da região que se estendeu aos investimentos em turismo, consolidando-se no século XXI como um importante destino turístico, notadamente voltado para o turismo cultural.

[...] existem vários locais dentro Espanha capazes de se tornar um destino para o turismo cultural. As cidades de Madrid, Barcelona, [...] Neste sentido, portanto, a Espanha está baseada em uma posição muito mais competitiva do que a França ou a Itália, onde os elementos reconhecidos como destinos de turismo cultural são escassos, [...] (Casellas, 2005, pp 133-134).

De acordo com a OMT (2015), a Espanha foi 3º destino mais visitado por turistas em 2014. Dentre as destinações que se consagram pelos muitos patrimônios reconhecidos pela UNESCO destaca-se Barcelona, capital da Catalunha, região da Espanha. A Catalunha é o primeiro destino turístico da Espanha, devido à sua transformação a partir das intervenções para melhorias

na cidade, por ocasião dos Jogos Olímpicos de 92, que colocaram a cidade “no mapa”, tornando-a um dos destinos turísticos mais procurados da Europa.

Barcelona é uma cidade com uma história milenar, possuidora de patrimônios que retratam diferentes povos e com possibilidades para uma investigação apurada sobre como utilizar o patrimônio histórico-cultural, valorizando-o e preservando-o em prol da qualidade de vida do local, concomitantemente com o desenvolvimento do turismo.

Dentre os locais mais visitados pelos turistas sobressaem exatamente os relacionados ao patrimônio histórico e cultural, com destaque para aqueles reconhecidos como patrimônios da humanidade; ou considerados patrimônios mundiais, dentre os quais a igreja da Sagrada Família, que é considerada um símbolo espanhol, tal qual a Torre Eiffel é para a França. Segundo definição da UNESCO (2016), o Patrimônio Cultural Mundial “é composto por monumentos, grupos de edifícios ou sítios que tenham um excepcional e universal valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico ou antropológico”.

O problema deste estudo está relacionado às formas de utilização do patrimônio histórico e cultural pela atividade turística em Barcelona, tendo como objetivo geral analisar resultados preliminares, acerca da importância desse patrimônio reconhecido pela UNESCO, em vista de sua utilização como atrativo turístico. Na metodologia da pesquisa, pauta-se no estudo de caso, devido aos procedimentos de coleta de dados e informações, provenientes de fontes secundárias e primárias, quantitativas e qualitativas.

Numa investigação científica a respeito de uma destinação turística como Barcelona, considera-se ser pertinente realizá-la pautando-se no estudo de caso, pois, para Severino (2007, p. 121): “O caso escolhido para a pesquisa deve ser significativo e bem representativo, de modo a ser apto a fundamentar uma generalização para situações análogas, autorizando interferências.”

As fontes secundárias referem-se à produção técnico-científica relativa à temática específica, bem como às análises críticas do turismo e do patrimônio histórico e cultural, com as quais se estabelece um diálogo com diferentes autores. Por outro lado, salienta-se que as fontes primárias advêm de uma viagem à Barcelona, realizada no mês de julho de 2016, especialmente para

efetivar a investigação empírica, que corresponde a uma parte de uma tese em desenvolvimento do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria-PPGTH da Universidade do Vale do Itajaí, com a contribuição da Universidade de Girona.

Organizou-se o artigo da seguinte forma: na primeira parte se realizou a contextualização de alguns aspectos geo-históricos de Barcelona e de seus patrimônios; na segunda parte se apresenta de forma pontual a consolidação de Barcelona como destino turístico e na terceira descrevem-se as principais estratégias de utilização do patrimônio da referida cidade, reconhecido pela UNESCO; encerra-se com as considerações finais.

ASPECTOS GEO-HISTÓRICOS DE BARCELONA E DE SEUS PATRIMÔNIOS

Atualmente Barcelona é uma importante cidade espanhola, capital da Catalunha. Embora fundada pelos romanos, foi palco também de conquistas de iberos, cartagineses e muçulmanos. Sua fundação deveu-se ao imperador romano Augusto e remonta ao final do século I, quando passou a servir de entreposto comercial do Império Romano devido à sua privilegiada localização e relação direta com o mar Mediterrâneo (Barcelona Turismo, 2017).

Foi uma cidade planejada, e seu destino, determinado pelo fato de ter começado como um porto e é o que tem sido desde então. A língua falada é o espanhol e o catalão. Para Hughes (1995, p.40), “[...] o espanhol e o catalão se desenvolvem em linhas independentes, a partir de uma raiz latina comum. Isso se deu por causa do tipo de colonização romana.” Localiza-se na costa nordeste da Península Ibérica, de frente para o Mar Mediterrâneo, em uma planície de aproximadamente 5 km. Em seu topo, está localizado o Tibidabo. Destacam-se também a planície e os deltas dos rios Besòs e Llobregat, que, juntamente com o litoral, delimitam seu território. Localiza-se à cerca de 160 quilômetros do sul das montanhas dos Pirineus.

Barcelona é a segunda maior cidade da Espanha, com uma população de 1.614.600, e é a capital da comunidade autônoma da Catalunha. Possui um

clima mediterrânico, com invernos suaves e úmidos e verões quentes e secos (BCN, 2017). Segundo o Barcelona Turisme (2015), o PIB de Barcelona em 2010 foi de 61.915 (milhões de euros), sendo que no referido ano atingiu a cifra de 38,5 mil euros por habitante. A mesma fonte situa Barcelona como uma das cidades mais bem colocadas em atratividade de investidores, privilegiada no *ranking* de oportunidade de negócios e competitividade.

Além de ser forte economicamente, Barcelona se destaca como importante centro cultural, sendo referência não só dentro de Espanha como também no contexto da União Europeia. É visitada por pessoas de diferentes nacionalidades, variadas faixas etárias e interesses diversos, apontando uma forte inclinação para o setor de serviços, dentre eles o turismo. Apesar de sua pujante economia, não teve força frente à crise econômica que se abateu sobre a Europa a partir de 2011. Contudo sua chance de recuperação se deu com o crescimento dos serviços, principalmente os ligados ao turismo.

De acordo com o Ayuntamiento (Prefeitura) e a Câmara de Comércio da cidade, Barcelona está entre as cinco cidades mais competitivas do mundo e no período de 2009 a 2013 foi a décima em projetos de investimentos internacionais em áreas como congressos científicos internacionais e turismo. [...] O turismo é um dos principais setores econômicos de Barcelona, como demonstram as cifras do setor. Sua importância vem crescendo ano a ano, apesar da crise, levando em consideração que o ano de 2014 bateu novos recordes em cifras, consolidando Barcelona como cidade de referência mundial de turismo urbano (Turisme Barcelona, 2015).

Contextualizar Barcelona é lembrar que se trata de uma cidade que concilia uma variada produção arquitetônica de diferentes épocas. Merece destaque a figura de Ildefons Cerdà i Sunyer, comunista utópico responsável pela expansão da malha urbana que soube romper com a muralha medieval de forma harmônica na Barcelona do século XIX, primando por valores igualitários e homogeneizadores.

Em 1859 foi autorizada a demolição das muralhas, pela Coroa Espanhola, sob a responsabilidade do engenheiro responsável Ildefons Cerdà i Sunyer, o novo projeto de Ensanche de Barcelona. Cerdà, antes de fazer o seu projeto,

havia estudado a situação das condições de vida, principalmente as questões sanitárias dos habitantes da cidade, em especial das classes trabalhadoras. O projeto visava, dentre outras coisas, a melhorias referentes à salubridade (Hughes,1995).

Com o advento da industrialização, Barcelona alcançou no início do processo um forte crescimento econômico, em detrimento das condições de vida dos trabalhadores do setor. O Ensanche, ou Eixample, propunha-se a minimizar as mazelas do referido processo, constituindo-se num tratado de urbanismo moderno.

O Eixample, ou Cidade Nova, seria a apoteose da razão, o triunfo da malha ortogonal, um tecido perfeito e indiferenciado. Cerdà dificilmente teria pensado em planejar algo como a Cidade Nova sem que tivesse diante dos olhos o protótipo da reestruturação de Paris, feito pelo barão Haussmann. Havia, porém, uma enorme diferença. Haussmann teve que destruir a velha Paris, enquanto Cerdà não teve que destruir coisa alguma. Ia ampliar Barcelona colocando uma malha uniforme sobre o que era, com exceção de algumas aldeias (Sarrià, Gràcia e outras), um quadro em branco. Nada havia que impedisse essa malha. Portanto, o sonho de um projetista utópico (Hughes, 2008, p. 120).

Atualmente o Ensanche, ou Eixample, ocupa a parte central de Barcelona, onde se localizam muitos atrativos turísticos. Na cidade há convivência de estilos urbanísticos e arquitetônicos de diferentes épocas. Trata-se de uma cidade cosmopolita com muitos pontos turísticos e atrações para diferentes públicos, possuidora, segundo Cabré e Badia (2015), de 50 obras modernistas de expressividade, configurando grandes possibilidades no que tange aos atrativos turísticos.

O modernismo foi um movimento artístico e cultural produzido no início do século XX que teve como objetivo romper com o "Tradicionalismo", experimentando novas técnicas e criações artísticas. Em Barcelona, surgiram muitos expoentes na arquitetura, dentre os quais Antoni Gaudí, além de Lluís Domènech i Montaner, Josep Puig Cadafalch, entre outros.

Apesar da existência de muitos outros atores ligados às artes e à arquitetura, o arquiteto mais famoso de Barcelona, presente atualmente na memória

de turistas, é Gaudí, o arquiteto do templo inacabado da Sagrada Família e de uma dezena de outras edificações na cidade e nos seus arredores. Além do reconhecimento popular, parte da obra de Gaudí foi chancelada como patrimônio da humanidade pela UNESCO.

Barcelona é repleta de patrimônios urbanísticos e arquitetônicos reconhecidos pela UNESCO e utilizados pela atividade turística, o que explica a autoestima de parte da comunidade local, ciente de seus bens na atualidade. Entretanto, nem sempre foi assim. Segundo Hughes (1995), Gaudí não era reconhecido pelos barceloneses, até os japoneses se interessarem de forma muito intensa, registrando com suas máquinas fotográficas ângulos de suas obras que o popularizaram.

Além da importância histórica habitual de cidades do velho continente, Barcelona diferencia-se pelo reconhecimento da UNESCO, pois possui nove patrimônios reconhecidos pela referida instituição, como patrimônio da humanidade. Dentre eles estão os trabalhos de Antoni Gaudí, edificadas na área urbana e arredores, que se encontram na lista de patrimônios mundiais desde 1984. Além dos trabalhos de Gaudí, há dois trabalhos do arquiteto Lluís Domènech i Montaner, que são o Palácio da Música Catalana, e o Hospital de Sant Pau, inseridos na lista de patrimônios mundiais em 1997.

Sete propriedades construídas pelo arquiteto Antoni Gaudí (1852-1926) em Barcelona ou nas proximidades testemunham a contribuição criativa excepcional de Gaudí para o desenvolvimento da arquitetura e da tecnologia de construção no final do século 19 e início do século 20. Estes monumentos representam um estilo pessoal e muito eclético [...] na concepção de jardins, esculturas e todas as artes decorativas, bem como arquitetura. Os sete edifícios são: Parque Güell; Palácio Güell; Casa Mila; Casa Vicens; A obra de Gaudí na fachada da Natividade e Cripta de La Sagrada Família; Casa Batlló; Cripta em Colonia Güell (UNESCO, 2016).

Antoni Gaudí i Cornet nasceu em 25 de junho de 1852, em Reus, a oeste de Tarragona. Por quatro gerações sua família esmerou-se na metalurgia. Eram artesãos especializados em trabalhos com cobre laminado. Gaudí foi o único a romper com a tradição de artesão (Hughes, 1995, p. 502).

Gaudí é divulgado como um ícone do modernismo, porém é considerado por alguns como sendo surrealista. Suas obras traduzem aspectos da natureza, apresentam o místico do oriente, em elementos decorativos e estruturais peculiares, inclusive exóticos. Contudo para Hughes, ele era barroco.

A arquitetura de Gaudí é o barroco que Barcelona nunca teve, vindo com atraso. Nela se alternam o místico, o penitente, o loucamente jubiloso, com arrojo estrutural e abundância de metáforas, obcecada com seu papel de *speculum mundi*, "espelho do mundo". Gaudí foi o maior arquiteto e (muitos diriam) a maior figura cultural em qualquer sentido que a Catalunha gerou desde a Idade Média. Sua obra domina Barcelona como a de Bernini em Roma, estabelecendo uma escala de criatividade que permite medir todas as outras coisas. E a maioria de suas melhores construções estão em Barcelona ou nas proximidades (Hughes, 1995, p. 499).

Indiscutivelmente Gaudí foi um arquiteto fenomenal, suas obras dão conta de uma técnica e domínio de materiais diversos que consagram edificações graciosas. Absolutamente dedicado aos seus trabalhos, sabe-se pouco de sua vida privada, que segundo Hughes (1995) apresentou uma tênue manifestação política na juventude, em relação às questões dos trabalhadores, contrastando com um conservadorismo religioso exacerbado na velhice.

A obra de Gaudí se baseava em leis estruturais, tradições artesanais, experiências da natureza, religiosidade. Sua conduta expressava um caráter resoluto, convicto de seu catalanismo. Foi, sem sombra de dúvida, um homem controverso, cuja obra transcende e muito sua postura.

Sem sombra de dúvida, os patrimônios mundiais mais conhecidos de Barcelona são as obras deixadas por Gaudí. O reconhecimento da UNESCO possivelmente ampliou o apelo à visita de Barcelona, em decorrência de diversas estratégias de captação de demandas de turísticas diferenciadas.

CONSOLIDAÇÃO DE BARCELONA COMO DESTINO TURÍSTICO

Há trabalhos que contemplam as formas como Barcelona conseguiu consolidar-se turisticamente, baseados em seu patrimônio urbano, constituídos

de uma imagem previamente arquitetada a exemplo do que Ferrer (2014) descreve sobre a análise cartográfica de Barcelona no final do século XIX e início do XX, mostrando como as elites culturais da cidade construíram uma imagem, representando um desejo de ordem e monumentalidade que não só triunfou entre as classes dominantes, mas ainda avançou na representação cultural e turística, principalmente em relação ao tratamento do centro histórico, o patrimônio urbano como fonte de identidade.

Dentre as muitas estratégias de consolidação de Barcelona, como cidade turística citam-se:

A publicação, produzida como uma brochura de grande circulação em uma versão em papel para os profissionais, tem se destacado em centros de informação turística, cuja demanda pelos usuários tem sido alta; todo ano, tem sido aguardada pelos gestores institucionais, acadêmicos de turismo, a mídia, empresários no setor e, não menos importante, por pessoas do mundo da economia em geral. Ao longo dos anos, essa publicação introduziu novas variações e indicadores, bem como análises de dados em blocos temáticos principais, de acordo com as orientações e os critérios de instituições internacionais. [...] (Barcelona Turisme, 2013).

Apesar da crise econômica que vem acometendo muitos países da Europa, inclusive a Espanha, Barcelona conseguiu duplicar o seu número de turistas em apenas uma década. [...] mostrando que essa atividade vem sendo uma alternativa poderosa em meio à crise econômica, o que motiva os gestores públicos e privados a incentivarem a atividade, mesmo que de forma massificada, como vem acontecendo (Fernandes, 2016, p. 02).

A consolidação turística de Barcelona ocorreu após os Jogos Olímpicos. Em 17 de outubro de 1986 a cidade foi designada sede dos XXII Jogos Olímpicos. De 25 de julho a 9 de agosto de 1992, a cidade recebeu uma grande força para seu desenvolvimento. Para o evento ocorreram grandes investimentos em infraestrutura, no anel olímpico, na Vila Olímpica e no porto esportivo, dentre outros espaços públicos.

A partir do referido evento, os números da demanda turística estrangeira de Barcelona só cresceram. Atualmente ela é visitada por turistas de diferentes nacionalidades, como pode ser visto na tabela a seguir:

Turistas em hotéis de Barcelona, segundo a nacionalidade

		2012	2013	2014	2015	2015%	% Var. 15/14
1.	Espanha	1.621.661	1.517.378	1.618.007	1.686.333	20,3	4,2
2.	França	572.259	636.903	680.415	725.755	8,7	10,9
3.	Reino Unido	592.713	629.969	676.867	719.396	8,7	6,3
4.	Estados Unidos	635.386	627.412	654.131	677.943	8,2	-0,4
5.	Alemanha	414.539	453.102	486.416	541.110	6,5	11,6
6.	Itália	491.103	447.721	485.076	498.746	6,0	2,5
7.	Países Baixos	224.295	208.900	222.110	234.295	2,8	5,5
8.	Rússia	191.528	233.823	199.080	169.176	2,0	-1,3
9.	Japão	162.887	170.092	171.478	167.701	2,0	10,1
10.	Suíça	142.989	150.861	152.355	145.817	1,8	-2,8
11.	Bélgica	144.354	147.091	150.081	141.121	1,7	-29,1
12.	Suécia	137.364	152.622	141.778	139.427	1,7	-1,7
13.	Noruega	92.142	113.409	111.469	101.221	1,2	-9,2
14.	Portugal	102.257	93.364	98.958	95.192	1,1	-3,8
15.	Áustria	91.087	78.373	84.392	92.239	1,1	9,3
16.	Finlândia	55.327	66.798	75.923	86.005	1,0	17,0
17.	Dinamarca	74.284	73.871	73.493	74.267	0,9	7,3
18.	Irlanda	68.992	66.722	69.234	72.942	0,9	-3,9
19.	Polónia	51.393	58.863	59.385	62.482	0,8	5,2
20.	Grécia	34.001	32.681	31.396	32.521	0,4	3,6
21.	República Tcheca	20.703	19.131	19.088	22.672	0,3	18,8
22.	Luxemburgo	7.485	8.413	7.901	7.787	0,1	-1,4
23.	Resto d'América	544.887	501.721	485.360	506.897	6,1	4,4
24.	Resto d'Europa	204.965	211.172	176.416	178.038	2,1	0,9
25.	Resto da UE	121.386	130.409	140.085	139.642	1,7	-0,3
26.	Países africanos	77.798	92.512	103.264	127.756	1,5	22,7
27.	Resto do mundo	562.328	648.453	700.783	857.167	10,3	22,3
	Total internacional	5.818.452	6.054.388	6.256.934	6.617.316	79,7	5,8
	Total	7.440.113	7.571.766	7.874.941	8.303.649	100,0	5,4

Fonte: Barcelona Turisme, 2015.

Os números expressivos da demanda de diferentes nacionalidades que se hospedam em hotéis de Barcelona apontam a importância da divulgação dos atrativos da cidade, aliados aos bons investimentos em infraestrutura ao longo de sua história. Consequentemente dão indicativos de que tanto os investimentos em divulgação quanto as melhorias urbanas corroboraram para o crescimento do turismo local. Observa-se na tabela, por exemplo, que o crescimento de turistas nacionais foi de 20,3% em 2015, com um crescimento de 4,2% de 2014 para

2015. No caso dos turistas estrangeiros percebe-se nitidamente o aumento de visitantes oriundos de França, Reino Unido e Estados Unidos, em 2015, com um percentual superior a 8%, enquanto a Alemanha e a Itália aparecem com cifras superiores a 6%. No geral, o crescimento de turistas internacionais que visitaram Barcelona foi de 5,8%. O total de visitantes foi de 8.303,649 no ano de 2015.

O passado elitista dá frequentemente o cenário do turismo de massa. A hierarquia das reputações, ao menos na Europa, estabeleceu-se, essencialmente, na época romântica, quando nasceram as grandes coleções de Guias de Viagem: O Murray inglês, o Baedeker alemão e o Joanne francês. Os lugares mais prestigiosos de hoje foram inventados em uma época em que somente as pessoas de alta renda – ou quase – eram turistas (Boyer, 2003, p.19).

Atualmente em Barcelona são os atrativos ligados a Gaudí que chamam a atenção pelos aspectos arquitetônicos, bem como pelo excelente trabalho de divulgação do turismo. Esta constatação é visível nos altos números da demanda turística, ressaltando-se que patrimônios de autoria do arquiteto constituem-se em principais alvos de preferência de turistas.

O PATRIMÔNIO RECONHECIDO PELA UN2ESCO EM BARCELONA: ESTRATÉGIAS DE UTILIZAÇÃO PELA ATIVIDADE TURÍSTICA

Inicialmente é preciso se destacar o acesso de turistas em grande quantidade aos atrativos construídos por Gaudí. Tamanha demanda tem corroborado para o aumento de problemas em relação à preservação dos referidos patrimônios, não obstante a isto tem contribuído para ampliar as discussões acerca das soluções. O parque Güell, por exemplo, atualmente é visitado por muitos turistas, contudo a preocupação da população local em relação ao referido legado é alvo de diversas discussões, dentre elas a segurança, bem como o excesso de demandas de visitantes.

Para comemorar o 150º aniversário de Antoni Gaudí, em 2002, o “Ano de Gaudí” abriu uma campanha de promoção internacional do trabalho do artista que desencadeou o efeito chamado Gaudí. Com a salamandra alquímica¹

1 Salamandra é um anfíbio, porém na mitologia de algumas civilizações foi considerada um ser mitológico. Na arquitetura de Gaudí há muitas referências da natureza, bem como apresenta diversos traços mitológicos.

se transformou em ícone global, o parque, totalmente reabilitado nos anos anteriores, consolidou a sua posição como uma das principais atrações turísticas da cidade, com o consequente aumento de visitantes em poucos anos. Enquanto a massificação progressiva se tornou perceptível timidamente entre os meios de comunicação, o ataque ao Salamandra Alquímica com uma barra de ferro iniciou em 6 de Fevereiro de 2007 (EFE, 2007), abrindo o debate sobre a regulação (Sans, 2016, p. 631).

Tal ato de depredação contribuiu para a mobilização da comunidade em prol da limitação do acesso de turistas, visando à preservação de um patrimônio reconhecido internacionalmente. O referido contexto remete a Boyer, que tece considerações importantes acerca do turismo referentes ao século XX, ainda válidas em meio aos problemas enfrentados no século atual, ao afirmar que:

O estudo do turismo requer um encaminhamento específico. Duas partes configuram o turismo de massa contemporânea: a junção da prática e da invenção elitista, com o tempo livre, a partir do tempo social. Resultando na indignação da população diante da monopolização das elites geralmente ociosas, frente "aos valores da Cultura e da Arte, dos locais de turismo e das práticas de distração e de desenvolvimento como o Esporte". (Boyer, 2003, p. 99).

A partir das reflexões de Boyer, é possível reportar também a Urry (2001, p. 66), que diz: " [...] que a difusão do turismo de massa não produz uma democratização das viagens. Trata-se de uma ilusão que destrói os próprios lugares que são visitados. Isso acontece porque o espaço geográfico é uma fonte estritamente limitado."

A massificação turística dos patrimônios numa cidade como Barcelona permite recorrer a Lefebvre (1991, p. 4): A própria cidade é uma *obra*, e esta característica contrasta com a orientação irreversível na direção do dinheiro, na direção do comércio, na direção das trocas, na direção dos *produtos*. Com efeito, a obra é valor de uso e o produto é valor de troca. O uso principal da cidade, isto é, das ruas e das praças, dos edifícios e dos monumentos, é a Festa (que consome improdutivamente, sem nenhuma outra vantagem além do prazer e do prestígio, enormes riquezas em objetos e em dinheiro). A

orientação irreversível na direção do dinheiro é perceptível no trato do turismo em relação ao patrimônio histórico e cultural, permitindo o uso excedente dos patrimônios por parte da demanda na maioria das vezes. Porém, não há excesso de demanda na casa Vicens atualmente, pois está sendo restaurada. Tampouco há excedente de turistas na Cripta Güell, localizada na Colônia Güell, provavelmente devido à distância do centro urbano de Barcelona.

Antoni Gonzalez, o arquiteto encarregado da bela e fiel restauração do Palau Güell, por iniciativa do Ajuntamento, acha que metade dos trincos e maçanetas originais das janelas tem sumido para dentro das volumosas maletas Vuitton dos turistas [...] Os pedestais dos postes de ferro de Gaudí no passeio de Gràcia, revestidos em *trencadis* brancos continuam perdendo a superfície ladrilhada, porque [...] roubam os pedacinhos para levá-los para casa como relíquias – sem saber que esses pedestais não são de Gaudí, e apenas imitam seu estilo (Hughes, 1995, p. 563).

Observa-se ainda em Barcelona atualmente que, apesar de alguns percalços, há relativa preservação dos legados reconhecidos como patrimônios da humanidade, porém não se sabe até quando. A cidade como grande destino turístico é objeto de intensa divulgação, fato visível nos investimentos em *marketing* realizados pelos atores do turismo, a exemplo das encadernações que apresentam cuidadoso *design* acerca dos legados de Gaudí principalmente. Periodicamente são realizadas exposições itinerantes sobre a obra do arquiteto na Europa, o que tem contribuído, e muito, para atrair a demanda de turistas europeus.

Pepe Serra Villalba (Barcelona, 1969) é diretor do Museu Nacional da Catalunha desde 2012, depois de ter dirigido o Museu Picasso de Barcelona (2006 a 2012). [...] Entre as exposições com sua curadoria, destacam-se *Posters in Catalonia* (Tinell Hall, Barcelona, 1995), *Eudald Serra Signs of Life* (La Virreina, Barcelona, 1999), *The Body and the Cosmos* (La Pedrera Casa Milà, Barcelona, 2004) e *Kees Van Dongen* (Museu Picasso, Barcelona, 2009). Na academia, atua como codiretor e professor na Universidade Pompeu Fabra, em Barcelona, e professor na Universidade de Barcelona, entre outras atividades (ECONOMIASC, 2016).

As estratégias de *marketing* de Barcelona e principalmente de Gaudí são bem expressivas, o que leva a pensar nas contradições entre o processo de

salvaguarda inerente ao reconhecimento da UNESCO, como patrimônio da humanidade e as formas de utilização pela atividade turística, em que se defrontam diferentes interesses.

A promoção do patrimônio cultural como recurso turístico é intensificada a partir do reconhecimento e da consequente patrimonialização de edificações ou até mesmo de sítios inteiros por parte de instrumentos de proteção de instituições conceituadas, como é o caso da UNESCO, [...] a inscrição de bens na Lista tem sido alvo de diversos interesses políticos e econômicos, sobretudo no setor turístico, pois uma vez que um bem possui o título de Patrimônio Mundial da UNESCO, tende a ficar sob os holofotes, podendo atrair visitantes do mundo todo. [...] Essa lógica se dá em Barcelona a partir do momento em que os seus principais guias turísticos divulgam de forma intensa [...] patrimônios reconhecidos mundialmente pela UNESCO na cidade, destacando, principalmente, as obras do arquiteto catalão modernista Antoni Gaudí [...] O material de divulgação da cidade é repleto de imagens que divulgam essas obras como ícones de Barcelona, deixando a sensação de que não se visita a cidade verdadeiramente se esses locais não forem visitados, o que motiva o turista a querer entrar em contato com essas obras patrimonializadas (Fernandes, 2016, pp. 5 - 6).

A estratégia de divulgação tem tido êxito, pois dos 10 locais mais visitados em Barcelona, quatro são patrimônios da humanidade e são de obras de Gaudí, inclusive dois deles são os primeiros, como podem ser vistos a seguir:

Top dos dez locais de maior visitação

		2014	2015
1	Basílica de la Sagrada Família	3.260.880	3.722.540
2	Park Güell	2.598.732	2.761.436
3	Museu FC Barcelona	1.530.484	1.785.903
4	L'Aquàrium de Barcelona	1.590.420	1.549.480
5	El Born Centre Cultural	1.894.400	1.486.228
6	Poble Espanyol de Barcelona	1.236.664	1.221.647
7	Museu Picasso	919.814	1.008.125
8	Parc Zoològic de Barcelona	1.057.188	1.004.069
9	Casa Batlló	930.000	992.126
10	La Pedrera	932.356	990.112
	Total Top 10	15.950.938	16.521.666

Fonte: Barcelona Turisme, 2015

A tabela apresenta números expressivos de demanda, mas em visita aos atrativos relacionados ao legado de Gaudí, foi possível se perceber que os números de visitantes nos principais locais não são precisos em relação ao tempo de duração da permanência destes no local. Tal constatação se deve ao fato de que se um turista adentra a um dos patrimônios de Gaudí, pode permanecer menos ou mais tempo, pois não há controle de finalização da visita, somente do início dela, exceto obviamente nos finais de expedientes, que em alguns atrativos pode ser tarde da noite. Portanto, há momentos nos quais a demanda é muito elevada, apontado excedente de capacidade de carga.

Embora seja provável que um fluxo de visitação que esteja dentro dos limites da capacidade de carga vá afetar menos os recursos naturais de um espaço turístico, isto não pode ser assumido como um fato. Garantias dessa natureza não são possíveis porque nem sempre os impactos estão associados à quantidade de visitantes, mas ao comportamento destes (Cordeiro, Körössy, Selva, 2013, p.69).

Entretanto, ao exceder o limite de demanda, muitas coisas podem acontecer, como depredações, ou mau uso dos patrimônios que podem ser considerados sem significância, até porque a maioria das visitas não são guiadas. Há que se considerar ainda que nem sempre há funcionários imbuídos da responsabilidade de apontar o significado dos bens, ou mesmo cuidar para que não sejam danificados, em todos os espaços.

Recentemente a estratégia de *marketing* divulgando os legados de Gaudí expandiu-se ainda mais, chegando ao Brasil. Santa Catarina foi o primeiro estado brasileiro a receber a exposição, que depois seguiu para São Paulo. Segundo o jornal Economia SC (2016), a exposição em Florianópolis foi patrocinada pela Arteris (Companhia espanhola que atua no setor de concessões de rodovias do Brasil). A obra do arquiteto catalão Antoni Gaudí foi exposta no Museu de Arte de Santa Catarina (MASC).

Coordenada por Fen-Ian Hsu, da CHI-ZHI, a mostra apresenta trabalhos do Museu Nacional de Arte da Catalunha, Museu do Templo Expiatório da Sagrada Família e da Fundação Catalunya-La Pedrera. Completam a mostra cerca de 40 trabalhos de outros artistas e artesãos que compunham a avançada cena de

Barcelona nos anos 1900. Os curadores da exposição, Raimon Ramis e Pepe Serra Villalba, destacam os processos construtivos dos projetos de Gaudí por meio de modelos tridimensionais que ressaltam detalhes de sua arquitetura. No *design*, móveis e objetos, que vão de maçanetas de metal a peças em cerâmica e madeira, dão conta de como a criação artesanal conseguiu fundamentar a indústria (ECONOMIASC, 2016).

ASPECTOS POSITIVOS E SUGESTÕES

Dentre os aspectos positivos da utilização do patrimônio Gaudí pela atividade turística de Barcelona, citam-se as estratégias educativas informais que explicam detalhes de suas obras, em visitas guiadas ou pelas narrativas em áudio. Nos seis patrimônios atualmente abertos para a visita, que são as Casas Milà ou Pedrera, Batlló, Cripta Güell, Parque Güell, Basílica da Sagrada Família e Palácio Güell, existem variadas formas de apresentação detalhando as obras por meio de áudios (fones de ouvidos), acrescidos de espaços específicos com exposições acerca de aspectos da obra.

Estratégias como as realizadas na casa Milà ajudam no processo de entendimento do significado do legado de Gaudí. Porém a excessiva concentração de turistas em torno de certos atrativos é muito preocupante, pois pode causar diversos problemas, desde antipatia da população local, até o esgotamento do interesse, devido ao despreparo de alguns atendentes nos locais em momentos de grande visita, deixando transparecer desorganização ou descuido com o atrativo, que no caso em questão é constituído de legado histórico e cultural.

Existem diferentes formas de estimular o processo de preservação de um bem de valor histórico, ou de depredá-lo, porém neste trabalho deteve-se exclusivamente na relação que o turismo estabelece com o referido bem, logo, por consequência, destacam-se os perigos que o patrimônio histórico e cultural sofre em virtude da atividade em questão, quando há, por exemplo, excesso de demanda que, segundo Cordeiro, Körössy e Selva, (2013, p. 69) “[...] as limitações inerentes à aplicação de uma metodologia de capacidade de carga baseada em padrões numéricos, [...] visa sugerir um nível de visita desejável [...]”.

Como salienta Ruschmann (1997, p. 23), a falta de “cultura turística” dos visitantes faz com que eles se comportem de forma alienada em relação ao meio que visitam – acreditam que não têm nenhuma responsabilidade na preservação da natureza e da originalidade das destinações. Entendem que seu tempo livre é sagrado, que têm direito ao uso daquilo pelo qual pagaram e que, além disso, permanecem pouco tempo – insuficiente, no seu entender, para agredir o meio natural.

No caso específico de Barcelona, observa-se uma clara tendência de redução narrativa, visto que os gestores do turismo reduzem o território catalão às obras de Gaudí. “[...] patrimônio apropriado na maioria das vezes, por meio de uma fruição vazia de significados, é transformado em marcas de consumo cultural”. Percebe-se essa percepção na discussão sobre a apropriação turística do Park Güell e da Sagrada Família, duas das principais obras do arquiteto reconhecidas como Patrimônios Mundial da Humanidade pela UNESCO, que não por acaso são dois dos principais pontos turísticos da cidade (Fernandes, 2016, pp.5 - 6).

É possível sempre se constatar que a história não se repete, contudo há exemplos de problemas não solucionados pelo turismo que ainda se mantêm em diferentes lugares. Apesar de muitos avanços, o turismo chegou ao final do século XX e início do século XXI com diversas contradições frente às escolhas realizadas, decorrentes de discursos e concepções ideológicas. A superexploração de atrativos de valor histórico e cultural pela atividade é um expressivo exemplo de contradição, pois pode gerar o declínio da atratividade do referido bem, na medida em que não seja utilizado de forma adequada, sustentado por uma ética, com base na preservação. Salienta-se que não haverá lucro, objetivo maior do sistema capitalista, caso o atrativo seja depredado ou apenas desvalorizado.

A utilidade de uma coisa faz dela um valor de uso [...] Os valores de uso das mercadorias fornecem o material de uma disciplina própria [...] O valor de uso realiza-se somente no uso ou no consumo. Os valores de uso constituem o conteúdo material da riqueza, qualquer que seja a forma social desta (Marx, 1996 p. 165 - 166).

Ao se correlacionar o discurso de Marx com a exploração dos legados de Gaudí, é possível considerar que inicialmente as casas por ele projetadas tinham como valor de uso servirem, principalmente, como moradias para a burguesia emergente de Barcelona, enquanto a Basílica da Sagrada Família destinava-se à utilização pela igreja católica, pela qual ele tinha imenso apreço. Entretanto, atualmente legados chancelados pela UNESCO constituem-se, sobremaneira, em mercadorias utilizadas pela atividade turística, passando, portanto, a ter agora um valor de troca, apesar de nem sempre pautado pela preservação dos referidos bens.

O turismo do século XX, caracterizado pelo grande volume de demanda, não engendrou realmente um novo discurso ou renovou a visão do mundo. Tanto o turismo de elite como o de massa lançam “o mesmo desafio a todos os agentes e locais de turismo; para eles, a questão é conservar e reforçar posições em um campo flutuante em que nada está definitivamente adquirido (estabelecido)” (Boyer, 2003, p. 63).

Não é fácil valorizar o patrimônio histórico e cultural nem atrair uma demanda turística, que produza receitas, tanto para o turismo como também para restaurar e proteger o referido bem. Entretanto, esse é um desafio para os atores sociais do turismo. Barcelona tem dado notoriedade aos patrimônios reconhecidos pela UNESCO, ressaltando o legado de Gaudí. Porém há que se estabelecer um meio termo, para que o processo de exploração, nitidamente efetivado, tenha limites, sob pena de o turismo nos referidos bens se tornar autofágico.

Para tanto, sugerem-se estudos referentes à capacidade de carga dos diferentes atrativos. Neste sentido, Ruschmann, Paolucci e Maciel (2008, p. 49) colocam que, por mais abrangente e minucioso que seja um estudo de determinação de capacidade de carga ou de suporte, a determinação precisa do número de visitantes ou usuários que um determinado local comporta a priori é sempre discutível, seja em função da diversidade das variáveis envolvidas, seja em função da complexidade da dinâmica dos processos sociais e naturais, ou ainda em função do grau de subjetividade da percepção do usuário em relação à qualidade da sua experiência.

Dentre as proposições que se apontam no estudo, referem-se à diluição da demanda, pois, principalmente em Barcelona, é possível colocar em prática, distribuindo os turistas pelos diversos atrativos existentes. Destaca-se que é igualmente necessário investir em profissionais, priorizando aqueles ligados ao turismo ou à história, para atuarem nos locais de visita de valor histórico e cultural, bem como evitar a massificação da demanda turística e a consequente desvalorização do patrimônio, reconhecendo seu significado, além do seu valor de uso, ou de mercadoria. Para tanto, cabe colocar em prática políticas públicas de turismo, sensibilizadas para a valorização dos patrimônios, conciliando ganhos financeiros com preservação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com uma história bastante extensa, Barcelona é uma das maiores e mais industrializadas cidades da Espanha, que se caracteriza na atualidade como uma cidade cosmopolita, atraente por sua condição turística e bem qualificada pelos seus aspectos econômicos, apesar da crise que também afeta o continente europeu.

Barcelona foi o palco também de expoentes significativos da história da arquitetura catalã, com destaque inicial para Ildefons Cerdà i Sunyer, marco no urbanismo, bem como Lluís Domènech i Montaner e de Antoni Gaudí i Cornet, ambos importantes arquitetos que tiveram parte de suas obras reconhecidas pela UNESCO como patrimônios da humanidade.

Atinge-se o objetivo da análise acerca da importância desse patrimônio histórico e cultural reconhecido pela UNESCO, em vista de sua utilização como atrativo turístico e reconhecem-se significativas formas de divulgação e de atratividade de demandas turísticas de diferentes países, bastante eficientes, principalmente em relação ao legado de Antoni Gaudí. Contudo, a relação entre turismo e patrimônio faz emergir alguns percalços bastante visíveis acerca da demanda excessiva em alguns dos referidos legados, apontando uma contradição explícita entre o significado do patrimônio já reconhecido pela UNESCO e sua exploração turística, colocando em risco sua preservação.

Em Barcelona, algumas ações, bem como as fragilidades das políticas públicas, conduzem a exploração indiscriminada do patrimônio histórico-cultural produzido por Gaudí, sem a devida atenção ao seu significado, superestimando a mercantilização do atrativo, em prol dos lucros da atividade turística em detrimento da preservação do referido legado.

Tais ações podem ser revistas, se desejadas forem, pelos atores sociais do turismo, bem como pela sociedade barcelonesa, motivadas pelas muitas possibilidades de utilização de atrativos variados da capital da Catalunha, marcada pela existência de bens modernistas em grande escala, além de muitos outros atrativos.

A importância de Barcelona sob diferentes aspectos é reconhecida, frente às questões econômicas, às oportunidades de negócios, à sua expressividade cultural e artística. Fazem parte desta expressividade seu patrimônio histórico e cultural reconhecido pela UNESCO, em particular as obras de Antoni Gaudí, que necessitam ser preservadas e usufruídas, mediante o entendimento de seu significado, evitando a massificação da demanda turística, salvaguardando os referidos legados e possibilitando a visita das futuras gerações.

REFERÊNCIAS

BCN, (2017). População de Barcelona, Recuperado em 17 de março de 2017, em: http://w141.bcn.cat/ubicat/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=7&lang=es.

Barcelona Turisme. (2013). Estadístiques de turisme a Barcelona. (p.1 - 48). Recuperado em 20 de março, 2017, em http://professional.barcelonaturisme.com/files/8684-1176-pdf/Est2013b_baixa.pdf

Barcelona Turisme. (2015). Informe Anual 2014. Barcelona. (p.1 – 94). Recuperado em 21 de julho, 2016, em http://professional.barcelonaturisme.com/Professionals/publicacions-estadistiques/publicacions-estadistiques-estadistiques/_fRw6AmMgtpem12gxC4gvjBhsqgyODje3gTpO7UUhs2tnShYXrTF_rA.

Barcelona Turisme (2015) Estadístiques de turisme 2015. Barcelona, Recuperado em 21 de Julho, 2016, em http://professional.barcelonaturisme.com/Professionals/publicacions-estadistiques/publicacions-estadistiques-estadistiques/_fRw6AmMgtpem12gxC4gvjBhsqgyODje3gTpO7UUhs2tnShYXrTF_rA.

Barcelona Turisme, Historia - Un paseo por la historia de Barcelona. Recuperado em: 17 de março de 2017. De: <<http://www.barcelonaturisme.com/wv3/es/page/43/historia-de-barcelona.html>> Boyer, M. (2003). História do turismo de massa. Bauru, SP: EDUSC.

Cabré, T., & Badia, M. (2015). *Barcelona: 50 meravelles del Modernisme* (1a ed.). Barcelona: Cossetània Edicions.

Casellas, D. V. (2005) **L'imaginari monumental i artístic del turisme cultural**: El cas de la revista Barcelona Atracció. Tese de doutorado. Universitat de Girona. Departament de Geografia, Història i Història de l'Art.

Choay, F. (2001). A alegoria do Patrimônio. São Paulo: UNESP.

Cordeiro, I. D., Korossy, N. & Selva, V. (2013, Abril). Determinação da Capacidade de Carga Turística a partir do método Cifuentes et al. (1992): Aplicação à Praia dos Carneiros (Tamandaré/PE). Revista Turismo Visão e Ação, 152(4), 20-21.

ECONOMIASC. (2016). Arteris patrocina exposição de Gaudí em Florianópolis. Recuperado em 24 de Setembro, 2016, de <http://economiasc.com.br/arteris-patrocina-exposicao-de-Gaudi-em-florianopolis/>.

Fernandes, A. M. V. (2016). Turismo e Patrimônio na cidade de Barcelona. Recuperado em 28 de Julho, 2016, de <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal15/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/21.pdf>.

Ferrer, T. N. (2014). La construcción simbólica de una capital. Planeamiento, imagen turística y desarrollo urbano em Barcelona a principios de siglo XX. Recuperado em <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-493/493-13.pdf>

Hobsbawm. E. J. (1995) Era dos extremos: o breve século XX: 1914 -1991; tradução Marcos Santa Rita; revisão técnica Maria Célia Paoli, São Paulo: Companhia das Letras.

Hughes, R. (2008). Barcelona: Um Passeio Pela Grande Feiticeira. (Lyra M. H. Trad.) Rio de Janeiro: Agir.

Hughes, R. (1995).Barcelona. (Bottman D.) São Paulo: Companhia das Letras.

Lefebvre, H. (1991). O direito à cidade. (Frias. R. E., Trad.). São Paulo, SP: Editora Moraes Ltda.

Marx, K. (1996). O Capital. Crítica Da Economia Política, *Coordenação* e Revisão de Paul Singer. Tradução de Regis Barbosa E Flávio R. Kothe, São Paulo – SP: Nova Cultural.

Ruschmann, D. V. de M.; Paolucci, Luciana; Maciel, Nelson A. L. Capacidade de Carga no Planejamento Turístico: estudo de caso da Praia Brava – Itajaí frente à implantação do complexo turístico habitacional canto da brava. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v.2, n.2, p.41-63, jul. 2008.

Ruschmann, D. V. M. (1997). Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus.

Sans, A. A. (2016) La regulación del acceso al Park Güell. Un análisis de la controversia desde em giro relacional híbrido. Revista Pasos, Tarragona, v.14, n.3, p.631-644.

Severino, A. J. (2007). Metodologia do trabalho científico. 23. ed. São Paulo: Cortez.

UNESCO. (2016). **World Heritage List**. Recuperado em 22 de fevereiro, 2016, em <http://whc.unesco.org/en/list/>.

UNWTO. (2015). Tourism Highlights. Recuperado em 17 de Outubro, 2016 em <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>.

Urry, J. (2001). O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: SESC. Recuperado em 21 de Setembro, 2016, em https://books.google.com.br/books?id=5wLJ2bbsOcgC&pg=PA33&dq=turismo+de+massa&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiW_IqKvaDPAhWKiJAKHadGD58Q6AEIKzAC#v=onepage&q=turismo%20de%20massa&f=false.

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES NA CONSTRUÇÃO DO ARTIGO

PINHEIRO: Pesquisa e redação do artigo.

PEREIRA: Pesquisa bibliográfica, técnica para a elaboração do artigo, orientação metodológica, redação do artigo e interpretação dos resultados. Apoio geral na produção do artigo.

CERDAN: Pesquisa bibliográfica e técnica para a elaboração do artigo, orientação metodológica, redação do artigo e interpretação dos resultados.