A Relação entre o Turismo e a Conservação do Patrimônio nas Fortificações Militares de Pernambuco: a Contribuição de uma Análise de Conteúdo

Roberta Cajaseiras de Carvalho

1. Turismo e patrimônio histórico-cultural

O turismo, fenômeno econômico e sócio-cultural cada vez mais analisado pela academia e reconhecido como atividade geradora de renda e interação entre comunidades, tem nos atrativos turísticos os principais fatores de atração de demanda para uma localidade. Tais atrativos podem ter caráter natural, cultural, de negócios, entre outros.

Moesch (2002) propõe uma conceituação holística para o turismo, destacando que o mesmo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural e histórica, a um ambiente simultaneamente natural, social e cultural.

O patrimônio histórico-cultural é um termo genérico, que abrange todos os atrativos-histórico culturais de uma comunidade, estando eles sobre aproveitamento turístico ou não. Os limites desse termo são variáveis de acordo com o órgão responsável pela proteção do patrimônio cultural em cada localidade, estado ou país. Ainda há uma relação estreita do mesmo com uma noção ainda mais ampla, a de *patrimônio cultural*. Mas essa segunda classificação abrange também os bens intangíveis – estando sobre a égide do *patrimônio histórico-cultural* a sistematização apenas daqueles bens culturais de caráter tangível.

Segundo Beni (2001) os atrativos histórico-culturais, tipo abordado neste artigo, se classificam como:

> [...] as manifestações sustentadas por elementos materiais que se apresentam sob a forma de bens imóveis ou móveis. Para os bens imóveis deverão ser considerados apenas aqueles ditos fixos, entendendo-se por bens móveis fixos aqueles pertencentes ou não a coleções ou acervos, que estejam em exposições permanentes no mesmo local. (BENI, 2001, p. 302)

Estes atrativos são, ainda, subdivididos pelo autor nos seguintes grupos:

–Monumentos;

–Sítios;

–Instituições culturais de estudo, pesquisa e lazer.

O patrimônio cultural é considerado um grande "diferenciador" entre as localidades turísticas, sendo uma ótima forma de incrementar o poder de atração das mesmas. Com a tendência atual de massificação dos produtos (inclusive os turísticos), a inovação passa a ser componente importante para a manutenção da atratividade:

> As atrações culturais de um país devem ser apresentadas de forma inteligente e criativa. Nessa época de uniformização, quase não se pode distinguir os produtos de uma localidade dos de outra. Há uma grande necessidade de estímulo à diversidade cultural. Estilos arquitetônicos e técnicas de construção características e as manifestações artísticas podem ser usadas para criar uma expressão de originalidade em todas as partes do mundo. (GOLDNER; RITCHIE; McINTOSH; 2003, p. 192)

Além da manutenção da atratividade, outros autores destacam os benefícios de relação cultura-turismo. Jansen-Verbeke e Lievois (2002) destacam que esses benefícios estão levando ambos os setores a estabelecerem metas comuns, pois esta junção seria uma forte aliada à revitalização da identidade cultural. Os recursos provenientes do turismo também seriam muito úteis às ações de conservação do patrimônio cultural (estas são muito custosas). A atividade também é vista como um modo de legitimar apoio político, uma justificativa social e econômica, um meio de agilizar a conservação e um incentivo para a inovação.

2.As fortificações militares de Pernambuco

F*ortificação* refere-se à denominação genérica de obras voltadas à defesa militar, segundo Barretto (1958). Sobre a importância histórica dessas edificações, Pires Junior (2004) relata que as mesmas permitiram a fixação e a manutenção de novas fronteiras, do ponto de vista político. Socialmente, as mesmas constituíram núcleos importantes, que posteriormente se transformaram em cidades.

A recorrência de fortificações numa localidade ou região constitui a comprovação de que aquela área, no momento histórico em que as edificações foram construídas, possuía importância e componentes que atraíam a atenção de outros povos. No caso do Brasil, os produtos mais cobiçados pelos invasores eram o pau-brasil e a cana-de-açúcar.

Ao elencar as diversas regiões do mundo nas quais os portugueses edificaram fortificações, Barretto (1956) destaca a grande quantidade dessas construções no país: "Mas em nenhuma outra parte existem tantas como neste imenso Brasil, alevantadas desde o século XVI ao século XVIII, primeiro de madeira e terra socada, depois de alvenaria e tijolo de pedra, cada uma com sua história,

seu papel e seu destino no passado”. (BARRETTO, 1956, p. 14)

Apesar do destaque dado aos portugueses quanto a construção de fortificações em território brasileiro, deve-se ressaltar também a influência dos holandeses sobre tais edificações durante sua ocupação (século XVII) no Nordeste brasileiro, tanto na construção quanto na remodelação de obras de defesa iniciadas pelos lusos. A maioria dos remanescentes desse legado flamengo está localizada na costa de Pernambuco: “Curiosamente, foi a Holanda a principal responsável pela construção de fortificações que tornaram este trecho do litoral brasileiro o mais protegido do país”. (PRADO, 1998, p. 39)

As fortificações de Pernambuco seguem as diretrizes construtivas holandesas, que foram, por sua vez, baseadas nas italianas. Pernambuco chegou a possuir 34 fortificações, sendo 4 fortalezas, 21 fortes, 4 fortins, 2 baterias, 2 redutos e uma casa-forte. (MENEZES E RODRIGUES, 1986)

Atualmente Pernambuco possui sete fortificações em área continental, todas localizadas na região do Litoral: Fortim do Queijo (em Olinda); Forte do Brum (Recife); Forte das Cinco Pontas (Recife); Forte Orange (Itamaracá); Forte de Pau Amarelo (Paulista); Forte de Nazaré (Cabo de Santo Agostinho); e Forte de Tamandaré (Tamandaré). A única fortificação ainda existente na área continental de Pernambuco que será excluída da análise proposta neste artigo é o Forte de Nazaré, no município de Cabo de Santo Agostinho.

A investigação sobre o uso turístico das fortificações militares de Pernambuco acima elencadas faz parte de um projeto de dissertação do curso de Mestrado Acadêmico em Turismo, pela Universidade de Caxias do Sul, RS. Uma visão global sobre o assunto, que considere tanto o passado das construções quanto sua inserção no cotidiano das comunidades a elas relacionadas na atualidade encontrou nas matérias de jornais uma ótima objeto de investigação.

Para melhor definir a contribuição desse material jornalístico na elaboração da pesquisa final, utiliza-se a técnica da análise de conteúdo, muito difundida como técnica de pesquisa na área de Comunicação.

3.Considerações sobre a análise de conteúdo

Bauer (2002) classifica a análise de conteúdo como um método de análise de texto desenvolvido dentro das ciências sociais empíricas. Tal método, segundo o autor, faz uma ponte entre um formalismo estatístico e a análise qualitativa dos materiais, constituindo-se uma técnica híbrida.

A análise de conteúdo possui, ainda segundo sua classificação, duas dimensões principais: a

sintática e a semântica. A sintática enfoca os transmissores de sinais; os meios de expressão; a freqüência e a ordenação das palavras; o vocabulário; os tipos de palavras; e as características gramaticais e estilísticas. A análise semântica se relaciona com o que é dito no texto, os temas e avaliações, considerando também os sentidos associativos entre esses elementos. Essa última dimensão será a utilizada nesta ocasião.

Bauer (2002) considera que o referencial de codificação é a base da análise de conteúdo. Este constitui um modo sistemático de comparação, trabalhando um conjunto de códigos como o qual o codificador trata os materiais, e do qual o codificador consegue respostas. Apesar de considerar tal método uma boa ferramenta para pesquisa, o mesmo autor destaca que o resultado da mesma não é, contudo, o único fundamento para se fazer uma avaliação. Destaca ainda que:

> A metodologia da análise de conteúdo possui um discurso elaborado sobre a qualidade, sendo suas preocupações-chave a fidedignidade e a validade, provindos da psicometria. As limitações desses critérios, contudo, se mostram no dilema fidedignidade-validade. Eu acrescento coerência e transparência como dois critérios a mais para a avaliação de uma boa prática na AC. (BAUER, 2002, p. 203)

O processo de codificação também é relatado como uma etapa muito importante do processo por Richardson (1999).

> A base da metodologia da análise de conteúdo está na pergunta como analisar ou como tratar o material. Em outras palavras, como codificar. [...] Assim, a codificação é uma transformação – seguindo regras especificadas dos dados de um texto, procurando agrupá-los em unidades que permitam uma representação do conteúdo desse texto (RICHARDSON, 1999, p. 233)

A análise de conteúdo possui diversas técnicas, e segundo o autor supracitado, a mais antiga e a mais utilizada é a análise por categoria, que servirá de referencial para a análise proposta neste artigo. Esta se baseia na decodificação de um texto em diversos elementos, os quais são classificados e agrupados. O tipo de categorização utilizada será a análise por temas ou *análise temática:* isola temas de um texto e extrai as partes utilizáveis, de acordo com o problema pesquisado. Esses temas podem ser divididos entre *principais e secundários* (que especifica aspectos incluídos nos temas principais).

4.A análise de conteúdo das matérias sobre as fortificações militares de Pernambuco

A seleção do material utilizado nesse artigo foi produto de uma pesquisa informal, a fim de fornecer subsídios para a citada elaboração de projeto de dissertação. Como um dos principais objetivos do referido trabalho é identificar a viabilidade do uso turístico das fortificações militares de Pernambuco, tornou-se necessário avaliar se a abordagem do tema *turismo* se faz presente nas

notícias veiculadas sobre tais atrativos. Para tanto, é imprescindível a utilização de uma técnica válida de pesquisa, mesmo que este seja aplicada em caráter preliminar e sobre uma amostra pouco representativa. Assim, destaca-se que uma análise mais profunda de matérias referentes ao assunto é essencial para que os dados sejam efetivamente válidos, e que a abordagem aqui proposta requer reavaliação, continuidade e aprofundamento.

Como objeto de análise, optou-se pelas matérias de jornais de circulação diária, independente do estado, que tivesse como tema principal as fortificações militares de Pernambuco analisadas na pesquisa da dissertação.

A amostra é dividida em dois tipos de matérias: o primeiro grupo, com seis componentes, refere-se àquelas retiradas do *Jornal do Commercio*, jornal de circulação diária de Pernambuco. Tais matérias foram recortadas dos exemplares, e suas publicações ocorreram uma em 1999, uma em 2002, e o restante no ano de 2003, todas no caderno *Cidades*, dedicada ao cotidiano urbano. As mesmas foram arquivadas, ao longo desses anos, sem intenção de análise. Nessa amostra só foi utilizado um jornal de Pernambuco, pois era a única fonte constante de notícias diárias impressas do pesquisador.

O segundo grupo de matérias (com cinco componentes) foram selecionadas a partir do *site* de busca pela internet *Google*: digitava-se o nome de cada fortificação e, quando o *site* de origem era referente a algum jornal de circulação diária, a notícia era impressa e arquivada, também, sem intenção prévia de análise. Assim, foram analisadas duas matérias *on-line* do *Jornal do Commercio* (uma de 1999, e outras de 2001); uma do *Diário de Pernambuco* (2002); uma do *Correio Braziliense* (2003); e outra do jornal *Folha de São Paulo* (2003). As matérias dos jornais de Brasília e São Paulo foram inseridas na amostra para tentar retratar a imagem – de forma preliminar e limitada - desses atrativos junto a comunidades exógenas.

Durante a pré-análise do material impresso, optou-se pelo alcance dos seguintes objetivos:

- Detectar a ocorrência (ou não) do tema *turismo* nas matérias sobre as fortificações militares de Pernambuco;
- Detectar a ocorrência de assuntos relativos ao patrimônio histórico;
- Detectar a ocorrência de assuntos relativos à gestão do turismo;
- Detectar o repasse de informações sobre a história e as características construtivas de tais fortes.

Assim, as categorias de análise ficaram distribuídas em quatro subgrupos: turismo (c1) ; patrimônio histórico (c2); gestão (c3); informações (c4). Para facilitar a análise, estes subgrupos foram divididos novamente. Segue abaixo um esquema, que permite uma melhor visualização de todas as divisões:

c1 – INFORMAÇÕES:

c1A – HISTÓRICO – se ocorre o repasse de informações sobre a história do forte;

c1B – CONSTRUÇÃO – se são fornecidas informações específicas sobre as características construtivas de cada fortificação;

c2 – TURISMO:

c2A – PROJETOS – se há comentários sobre projetos de uso turístico ainda não implementados na área ou região onde está inserido o forte;

c2B – EQUIP./SERV. - citação de equipamentos e serviços já disponibilizados no atrativo;

c2C – TURISMO – citação da palavra *turismo* (ou *turístico*) no texto;

c2D – MEIO AMBIENTE – se há comentários sobre a relação do atrativo com o meio ambiente natural do entorno

c3 – PATRIMÔNIO HISTÓRICO:

c3A – CONSERVAÇÃO – se há comentários sobre o estado de conservação atual do atrativo;

c3B – PRORESTAURO – se há comentários sobre projetos voltados para a conservação dos fortes (restauração, reabilitação, revitalização...);

c3C – AÇÃORESTAURO – e há comentários sobre ações (já implementadas) em prol da conservação desses atrativos;

c3D – ARQUEOLOGIA – se há comentários sobre trabalhos arqueológicos já realizados nos fortes;

c3E – GOVERNO – citação de instituições públicas que atuam em prol da conservação e manejo dos fortes;

c4 – GESTÃO:

c4A – IMPASSES – se há comentários sobre os impasses e entraves gerados por administração anterior ou atual forte;

c4B – FINANÇAS – citação de valores referentes a recursos financeiros previstos ou já obtidos para ações em prol da conservação dos atrativos;

A seguir, apresenta-se a Tabela 1, que sistematiza o numero de ocorrência das categorias em cada matéria analisada. Para tanto, utilizam-se como códigos para as matérias *x* (a partir do exemplar do jornal) e *y (*acessadas via internet):

1x - “Prefeitura quer ocupar Forte de Tamandaré” - Jornal do Commercio – 15/08/1999

2x - “'Guardião do Forte Orange' é premiado” - Jornal do Commercio – 15/12/2002

3x - “Ruína de porta holandesa do século 17 é descoberta” - Jornal do Commercio – 22/01/2003

4x - “Antiga muralha de forte é encontrada” - Jornal do Commercio – 31/01/2003

5x - “Descoberta ossada nas escavações do Forte Orange” - Jornal do Commercio – 08/02/2003

6x - “Tamandaré vai ganhar parque” - Jornal do Commercio – 21/12/2003

1y – “Forte Orange vai ser revitalizado” - Jornal do Commercio – 19/08/1999

2y - “Forte Orange será restaurado” - Jornal do Commercio – 26/01/2001

3y - “Escavações recomeçam no Forte Orange” - Diário de Pernambuco – 27/10/2002

4y – “Guardião da história” - Correio Braziliense – 26/01/2003

5y - “Em Pernambuco, um forte encobre outro” - Folha de São Paulo – 31/08/2003

Tabela 1 – Matérias de Jornais x Categorias de Análise

	1x	***2x***	***3x***	***4x***	***5x***	***6x***	***1y***	***2y***	***3y***	***4y***	***5y***	***Total***
c1A	●		●	●	●			●	●	●	●	**8**
c1B			●	●	●				●	●	●	**6**
c2A	●	●	●			●	●	●				**6**
c2B		●								●		**2**
c2C	●		●			●	●	●		●		**6**
c2D						●				●		**2**
c3A	●									●		**2**
c3B	●	●				●	●	●				**5**
c3C						●	●			●		**3**
c3D		●	●	●	●	●			●		●	**7**
c3E	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	**11**
c4A	●					●						**2**
c4B	●		●			●		●				**4**

5. Conclusões

As considerações finais deste artigo são baseadas na análise do número de ocorrências dos temas propostos nas categorias de análise. Vale salientar que a análise preliminar aqui descrita visa destacar a importância dos veículos de comunicação de massa (neste caso, os jornais de circulação diária) para a informação e sensibilização das comunidades receptoras e dos visitantes de

localidades e atrações turísticas, que exijam um comportamento mais responsável – devido a um patrimônio cultural ou natural sensível, entre outros aspectos - , na ocasião da visitação.

Na amostra de matérias selecionada, apenas dois fortes de Pernambuco foram tema: o Forte Orange, em Itamaracá (com com nove ocorrências); e o Forte de Tamandaré (com duas ocorrências). A primeira fortificação é conhecida por ser palco de várias pesquisas arqueológicas; a segunda, por ser alvo de um impasse administrativo que perdura há anos. A ausência das demais fortificações pesquisadas nas matérias retrata a falta de inserção das mesmas no cotidiano da população (como o Forte de Pau Amarelo e o Fortim do Queijo), ou o funcionamento constante das mesmas como atrativo turístico consolidado há muitos anos, porém sem atividades inovadoras ou de destaque na atualidade (como o Forte do Brum e o Forte das Cinco Pontas).

O segundo fator de destaque percebido foi a alta recorrência da categoria *Governo: e*sta foi percebida em todas as matérias analisadas. Foram citados órgãos federais e estaduais como o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), o Ministério da Cultura, a Universidade Federal de Pernambuco, a FUNDARPE (Fundação de patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco), entre outros, de caráter local. Tal fato pode sugerir a preocupação da gestão pública em vincular sua imagem a propostas de conservação do patrimônio, mesmo que a ação propriamente dita ainda esteja longe de ser efetivada. Percebe-se também que, cada vez mais, propostas de intervenção no patrimônio histórico se acumulam nesses órgãos, mas poucas delas são aplicadas na prática, devido a motivos diversos.

A segunda categoria mais recorrente foi *Histórico*, relativa ao repasse de informações sobre a história do forte abordado na matéria – foram oito ocorrências. Na maioria dos casos, tais informações eram bastante resumidas, e permitiam muito pouco conhecimento histórico sobre o forte. Mas o fato desses dados estarem disponíveis aos leitores já permite um maior destaque à importância histórica da fortificação e desperta o interesse pelo assunto. A abordagem histórica exige do profissional de jornalismo uma pesquisa séria, pois tal material jornalístico provavelmente servirá de fonte de informação a um público diverso (como estudantes, pesquisadores, e turistas) – o que exige um postura séria e comprometida com a verdade histórica e com a relação do atrativo com o cotidiano da população.

Outro aspecto relevante foi a alta recorrência da categoria *Arqueologia* (sete ocasiões). Os trabalhos arqueológicos realizados no Forte Orange, em Itamaracá, são assuntos de várias matérias, o que retrata a relação constante entre os pesquisadores da UFPE e os jornais (em especial o Jornal do Commercio). A preocupação com a informação para a comunidade por parte dos pesquisadores provavelmente é o principal motivador dessa exposição, e esta postura deveria ser comum a toda a comunidade acadêmica, notadamente aos grupos de pesquisa que trabalham com recursos públicos. O repasse dessas informações na mídia também facilitam o apoio de outras instituições (civis,

privadas, e até internacionais), e permite que a comunidade se estimule a participar do processo de intervenção.

A participação freqüente do Laboratório de Arqueologia da UFPE ainda é retratada na recorrência da categoria *Construção* (seis ocorrências), que aponta a ocorrência de informações sobre os aspectos construtivos do forte. Isso contribui para a sensibilização do leitor sobre a importância histórica do monumento, informa e educa, além de servir de fonte de consulta imprescindível para os interessados em investigar tais fortes. Certamente, a contribuição dos pesquisadores garante a fidelidade das informações, e permite que a sociedade civil aprofunde o conhecimento sobre o próprio patrimônio cultural. Para o jornal que veicula esse tipo de matéria, intensifica-se a imagem de seriedade e de compromisso social.

As categorias dedicadas aos projetos tiveram recorrência mediana: *Projetos* (relativa aos projetos de uso turístico) teve seis ocorrências; *ProRestauro* (relativa a projetos dedicados especificamente a ações conservacionistas sobre os atrativos) teve cinco ocorrências. Essas recorrências salientam o fato de que existem muitos projetos voltados tanto para o turismo quanto ao patrimônio, mas a efetivação dos mesmos é protelada por muitos e muitos anos, e muitas vezes nem ocorrem. O repasse dessas "promessas" á população acaba sendo constante, o que potencializa o descrédito da gestão pública junto à comunidade, e a geração de expectativas pouco atendidas à mesma. Nesta mesma análise, apenas a restauração do patrimônio ainda gera otimismo: houveram três ocorrências da categoria *AçãoRestauro* nas matérias analisadas.

Finanças, categoria destinada a citação de valores referentes a recursos financeiros previstos ou já obtidos para ações em prol da conservação dos atrativos, obteve quatro ocorrência. Isso mostra que a informação dos valores obtidos ou necessários à efetivação dos projetos é importante. Mas, para quem? Não se pode concluir se tais valores correspondem à realidade, e qual o interesse real das instituições governamentais em externar isso a população. Pode estar relacionado à interesses políticos ou a outros fatores? Até que ponto a população compreende esses dados, ou se interessa pelo assunto? É certo que esse tipo de satisfação ao público é necessário, mas a real aplicabilidade desses recursos, sua origem e destinos específicos seriam dados bem mais relevantes à comunidade do que valores descritos, sem muita explicação.

Turismo, principal categoria desta pesquisa, obteve seis ocorrências, o que corresponde a mais da metade das matérias. Pelo fato de nenhuma das matérias tratarem especificamente da atividade turística, a relação dos temas abordados com o turismo mostra que, apesar do mesmo não corresponder a atividade principal realizada nessas fortificações, a relação com a atividade é cada vez mais considerada importante para seu uso adequado, reintegração à vida local e conservação. Muitas vezes os fortes não são considerados, nas localidades onde estão inseridos, as principais atrações. A veiculação dos mesmas pela mídia e sua relação direta com o turismo podem contribuir

para um reconhecimento histórico adequado, e para uma maior preocupação da gestão pública em adaptar essas edificações à visitação turística (já que a mesma ocorre na maioria dos fortes, porém sem o planejamento necessário para garantir sua integridade e atratividade).

As categorias menos recorrentes foram *Equip./Serv.*, *Meio Ambiente*, *Conservação* e *Impasses*. O desempenho da primeira categoria era esperado, pois a maioria dos fortes não disponibiliza equipamentos ou serviços turísticos diferenciados, o que justifica a pouca inclusão do que já é disponibilizado – equipamentos básicos como sanitários, bilheteria...

Meio Ambiente, porém, deveria ter sido mais recorrente, pois a relação dos fortes com os ecossistemas costeiros é muito forte. Como a maioria desses atrativos está localizada na Região Metropolitana do Recife (onde os ambientes costeiros naturais já estão bastante degradados), o envolvimento das ações preservacionistas dos mesmos com a conservação de ecossistemas circunvizinhos já não possui tanto interesse turístico.

Conservação foi pouco recorrente, talvez pelo fato de a maioria dos fortes abordados nas matérias estarem em estado de ruínas, e esta situação já ser de conhecimento prévio dos prováveis leitores (o que não é suficiente para aqueles que não conhecem o forte pessoalmente). A categoria *Impasse* também só obteve duas ocorrências, pelo fato do forte mais citado (o Forte Orange) não estar sob tal situação.

A discussão proposta neste artigo possui um caráter preliminar, com o objetivo de destacar a importância do material impresso veiculado pela mídia sobre o patrimônio histórico- cultural e seu manejo. As categorias aqui estabelecidas não são suficientes para uma análise mais aprofundada do objeto, que contempla interfaces múltiplas com diversas áreas do conhecimento. Porém, uma abordagem progressivamente mais ampla dos atrativos histórico-culturais permite um conhecimento mais adequado da realidade, e gera ferramentas mais precisas para que o manejo das fortificações militares (e outros tipos de monumentos) possam ser perpetuados por várias gerações, e que reflitam adequadamente a história das localidades das quais fazem parte.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETTO, A. **Fortificações do Brasil**: resumo histórico. Rio de Janeiro: Editora Biblioteca do Exército, 1958. 337 p.

BAUER, M.W. Análise de Conteúdo Clássica: uma revisão. *In*: BAUER, M.W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som** – um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BENI, M.C. **Análise Estrutural do Turismo**. 5.ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

GOLDNER, C.R.; RITCHIE, J.R.; McINTOSH, R. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. [tradução: Roberto Cataldo Costa]. 8.ed. Porto Alegre: Bookman, 203. 478p.

JANSEN-VERBEKE, M.; LIEVOIS, E. Análise de recursos históricos para turismo urbano em cidades européias. *In*: PEARCE, D.G.; BUTLER, R.W. (orgs). **Desenvolvimento em Turismo**: temas contemporâneos. São Paulo: Contexto, 2002. p. 105 – 134.

MENEZES, J.L.; RODRIGUES, M.R. **Fortificações Portuguesas no Nordeste do Brasil:** Séculos XVI, XVII e XVIII. Recife: Pool Editorial, 1986.

MOESCH, M. **A produção do saber turístico.** 2.ed. São Paulo: Contexto, 2002.

PIRES JÚNIOR, C. D. A. **Fortificações Históricas no Brasil:** documentação, difusão e turismo cultural. Disponível em <www.casadatorre.org.br>. Acesso realizado em 30/05/2004.

PRADO, R.C. **Os Fortes do Brasil**. Revista Horizonte Geográfico. Ano 11. n. 58. julho/agosto 1998. p. 26 – 47

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

This document was created with Win2PDF available at http://www.win2pdf.com.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.