

Novos Caminhos do Turismo: Cultura e Tradições Religiosas na Região do Seridó Potiguar/RN

Maria Lúcia Bastos Alves¹

Resumo

O objetivo do artigo é apresentar reflexões obtidas na pesquisa *Religiosidade, Turismo e Cultura no Rio Grande do Norte* – coordenada pela professora Dra. Maria Lúcia Bastos Alves e financiada pelo CNPq no período 2007-08 – que analisou as condições de desenvolvimento do turismo na região do Seridó Potiguar/RN e sua relação com as manifestações religiosas e culturais. Tendo como referência as tradicionais festas religiosas do catolicismo popular, abordamos os aspectos teóricos e práticos relacionadas às mudanças estruturais ocasionadas pelas atividades turísticas, tanto no que diz respeito à geração de empregos quanto à esfera dos signos por meio das representações culturais e identitárias que a região comporta.

Palavras-chave: Turismo. Religião. Cultura.

Introdução

Cultura e religião sempre foram tema central nas ciências sociais. Desde o final do século XIX e início do século XX até a contemporaneidade, autores clássicos² da Sociologia e da Antropologia, em suas diversas abordagens, perceberam a importância da explicação do fenômeno religioso. Todavia o interesse pelos estudos que abordam o tema turismo relacionado às práticas religiosas, particularmente às peregrinações, foram iniciados a partir dos anos 1960, quando o turismo passou a ser apontado como alternativa para o desenvolvimento mundial, inclusive no Brasil, embora ainda de forma incipiente.

No entanto, vale lembrar que as viagens de peregrinações a lugares considerados sagrados remetem à Grécia Antiga, 776 a.C., por ocasião dos Jogos Olímpicos. Urry (2004) evidencia que, na Idade Média, as viagens por motivações religiosas intensificaram-se. No século XV, iniciaram-se as excursões organizadas que iam de Veneza à Terra Santa, e a partir do século XVII surgem as peregrinações pelo Caminho de Santiago, no norte da Espanha. No final do século XIX e início do século XX, com o desenvolvimento dos transportes, ampliaram-se as viagens de lazer, dando início ao turismo moderno com característica de um turismo de massa.

¹ Doutora em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP); Professora adjunta do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPGCS) e do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

² M. Muler, E. Durkheim, M. Mauss, M. Weber, R. Otto, J. Frazer, B. Malinowski, Radcliffe-Brown, Evans-Pritchard, M. Halbwachs, Lévy-Bruhl, Gabriel Le Brás, M. Eliade, H. Desroche, G. Van der Leeuw, R. Bastide, Lévy-Strauss, P. Bourdieu, R. N. Bellah, P. Berger, T. Luckmann, C. Geertz.

Nas condições de globalização em que novas regras de mercantilização se impõem, não apenas mediante a expansão do mercado como também na busca pelo sentimento de identidade, as tradições religiosas locais tornam-se mais um instrumento de compreensão do passado por meio da criação de roteiros e estratégias de um turismo moderno. Lugares singulares, artesanatos locais, práticas e crenças religiosas são transformados em produtos turísticos e coadunam com a paradoxal lógica de um mercado nacional e internacional que transita em via dupla – global /local /global – em prol da circulação de bens materiais e imateriais.

O interesse por lugares históricos e cidades que oferecem agenda cultural variada abre novas perspectivas para a economia, uma vez que o turismo cultural é um dos segmentos que mais crescem no mercado turístico mundial. (JANSEN-VERBEKE; LIEVOIS, 2002). Visualiza-se, portanto, a motivação do turista em conhecer regiões cujo alicerce está na história de um determinado povo, nas suas tradições e manifestações culturais, históricas e religiosas. (SEBRAE-RN, 2005). Segundo indicações elaboradas pelo Ministério do Turismo (2006), “os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda”.

Nesse processo, a comunidade tem papel fundamental de revelar aspectos, muitas vezes, ainda não registrados ou que não constam na história oficial. A indústria de turismo, ao reconhecer a importância de elementos culturais como a vivência histórica das comunidades, suas crenças, seus hábitos e valores, revela a sua dupla face: tanto enriquece a experiência do turista e reforça o sentimento de pertença local, quanto descaracteriza a identidade cultural local por meio da imposição de novos padrões culturais.

Tradições religiosas, artesanatos, rituais, entre outros aspectos das culturas locais, ao serem consumidos de forma massiva, são banalizados e podem perder os seus significados originais. Para endossar tal posicionamento, citamos autores como Krippendorf (1987), Nash, (1989) e Greenwood (1992), os quais sustentam que o turismo é uma ameaça às culturas receptoras, pois lhes causa o risco de destruição ou perversão, subjugando-as num exercício neocolonial de dependência face ao exterior e privando-as de poder de decisão.

Em decorrência dessa perspectiva, Canclini sugere que os recursos culturais, diante do irreversível processo de globalização e da consequente transformação dos produtos turísticos em nível comunitário, regional, nacional e internacional, devem ser pensados a partir dos processos de interculturalidade entre os atores sociais. Segundo ele:

Os processos globalizadores acentuam a interculturalidade moderna quando criam mercados mundiais de bens materiais e dinheiro, mensagens e migrantes. Os fluxos e as interações que ocorrem nesses processos diminuíram fronteiras e alfândegas, assim como a autonomia das tradições locais; propiciam mais formas de hibridação produtiva, comunicacional e nos estilos de consumo do que no passado. (CANCLINI, 2008, p. XXXI).

Para esse autor, não se pode mais pensar nas oposições entre o tradicional e o moderno, uma vez que a modernização diminui a distância entre o culto e o popular tradicionais no conjunto do mercado simbólico, sem contudo suprimi-los em seus elementos essenciais. Isto é, as manifestações tradicionais agregam símbolos e motivos provenientes da indústria cultural, atestando sua inserção atuante na modernidade. Canclini evidencia que a evolução das festas religiosas tradicionais ou a produção de artesanatos locais não são tarefas exclusivas de grupos étnicos ou de outros setores mais amplos, mas “produtos multideterminados de agentes populares e hegemônicos, rurais e urbanos, locais, nacionais e transnacionais”. Daí afirmar a posição de que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, os quais utilizam, como signos de identificação, elementos procedentes de diversas classes e nações. (CANCLINI, 2008, p. 220 e 221).

No Rio Grande do Norte, diversas são as manifestações religiosas e culturais presentes nos municípios de Currais Novos e Caicó, com a tradicional Festa de Sant’Ana; de Mossoró, com a Festa de Santa Luzia; a Festa dos Mártires de Uruaçu e Cunhaú, celebrada no município de São Gonçalo do Amarante; a Festa de Nossa Senhora da Guia, realizada em Acari; as peregrinações ao Santuário do Lima, em Patu; e a subida do Monte do Galo, em Carnaúba dos Dantas. Além dessas celebrações, ressaltamos a existência de monumentos arquitetônicos e de imagens sacras do estilo Barroco, característicos dos séculos XVII e XVIII, cuja visita faz parte de roteiros turísticos, explorados no interior do estado.

Esse cenário ilustra o potencial atrativo no que se refere à história e tradição das cidades cujas origens remontam à história do Brasil-Colônia e ao conseqüente processo de miscigenação, oriundo da junção das culturas indígenas, africanas e européias. A fusão de hábitos, crenças e formas de pensamentos resultou em combinações identitárias expressas na gastronomia, na música, no artesanato e, particularmente, na religiosidade típica do catolicismo popular brasileiro.

Para ilustrar o nosso tema, focaremos as festas religiosas de quatro municípios: a Festa de Sant’Ana, no Município de Caicó e também no Município de Currais Novos; a Festa de

Nossa Senhora das Vitórias, em Carnaúbas dos Dantas; e a Festa de Nossa Senhora dos Impossíveis, no Município de Patu. Contudo, consideramos desnecessária uma descrição minuciosa de cada evento festivo, optando por condensar as características essenciais que compõem os rituais festivos, situando-os no contexto sociocultural nos quais estão inseridos.

Apoiados nos dados empíricos obtidos por meio de técnicas de observação participante, de entrevistas semiestruturadas e de questionários, discutimos a importância do turismo religioso na economia regional com enfoque para os municípios supracitados. Em síntese, evidencia-se como se constroem os novos caminhos de exploração do turismo cultural e religioso, enquanto produto mercantil na região do Seridó Potiguar.

Trata-se de uma região dotada de patrimônio cultural e religioso expressivo, onde é possível identificar um conjunto de novos produtos turísticos, como o artesanato, o ecoturismo e a gastronomia, que despertam o interesse dos visitantes ainda que esses não estejam ligados a essa mesma base cultural, religiosa e espiritual.

O Seridó Potiguar

A região do Seridó Potiguar, localizada no semiárido do Nordeste brasileiro, está situada na porção centro-meridional do Estado do Rio Grande do Norte, é composta por dezessete municípios³ e contabiliza uma população de 204.097 habitantes. Em 1989, foi dividida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em Seridó Oriental e Seridó Ocidental, compreendendo uma superfície de 6.970,60 km², o que representa 13,08% do território estadual.⁴ Possui clima quente com temperaturas que chegam a 35°C. com baixa pluviosidade que ocasionam danos ambientais, populacionais e econômicos.

O Seridó Potiguar abriga uma natureza formada por rochas, trilhas, rios, açudes, vegetações rasteiras, sítios arqueológicos, inscrições rupestres que além de motivar o ecoturismo, conta com aspectos culturais como: o artesanato, a culinária e uma forte identidade religiosa, expressa nas festas dos(as) padroeiros(as), transformadas em verdadeiros espetáculos de fé e devoção. Desse modo, propicia a sustentabilidade do turismo religioso, descortinando-se como espaço promissor para os investimentos das atividades turísticas.

³Municípios que compõem o Seridó Ocidental: Caicó, Ipueira, Jardim de Piranhas, São Fernando, São João do Sabugi, Serra Negra do Norte e Timbaúba dos Batistas. Municípios que compõem o Seridó Oriental: Acari, Carnaúba dos Dantas, Cruzeta, Currais Novos, Equador, Jardim do Seridó, Ouro Branco, Parelhas, Santana do Seridó e São José do Seridó.

⁴ De acordo com o censo 2000 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Seridó Oriental conta com uma população de 114.535 habitantes, ocupando uma área de 3.825,07 km². Tal região é composta por dez municípios, sendo o mais importante Currais Novos, com uma população de 40.791 habitantes. O Seridó Ocidental tem uma população de 89.562 habitantes, distribuídos em sete municípios, dos quais o mais importante é Caicó que conta com 57.002 habitantes que vivem em uma área de 3.114,2 km².

Atualmente, a região passa por um processo de reestruturação das diversas atividades econômicas como a agroindústria, a cerâmica, o artesanato e, especialmente, o turismo em seus diversos segmentos. Dadas às peculiaridades que apresenta em termos socioculturais e ambientais, a região tem recebido do governo federal, junto aos órgãos estaduais e municipais, incentivos de desenvolvimento apoiados em concepções técnico-científicas que levam em consideração a sustentabilidade na relação homem/natureza para a produção do espaço, aliada às experiências e vivências de sua própria sociedade.⁵

Por ser considerada um dos pólos priorizados pelo Ministério do Turismo para a atuação do Programa de Regionalização e em cumprimento com suas metas, o Estado do Rio Grande do Norte, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), beneficiou a região, integrando-a ao Roteiro Turístico do Seridó, criado por meio da empresa de consultorias Creato Oficina de Roteiros Ltda (sob licitação), desenvolvido em parceria com as prefeituras, instituições não-governamentais, secretarias de turismo municipal e estadual, com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL), com o Banco do Nordeste que financiou o projeto, a Associação Brasileira de Turismo de Aventura (ABETA), o Conselho Regional de Artesãos do Seridó, os empresários da região e as associações locais.

Entre as ações do Roteiro do Seridó, destaca-se a construção de redes de serviço com atividades planejadas, cujo funcionamento, de acordo com o Manual de Operações Sebrae 2005, permite o envolvimento, tanto de empresários do turismo, como de toda a comunidade. Segundo esse manual, o relacionamento entre os integrantes deve ser pautado por princípios de confiança, compromisso e cooperação, com vistas à qualidade dos serviços prestados e à imagem dos destinos turísticos.

No início dos anos 2000, o governo estadual realizou um Estudo de Implantação de Roteiros Turísticos Temáticos, Segmentados e Estruturantes do Rio Grande do Norte a fim de identificar áreas com potencial de desenvolvimento da atividade turística, incluindo aspectos culturais, religiosos e físicos. Em 2005, foram definidos cinco polos: Polo Costa das Dunas (a

⁵De acordo com dados do IBGE, a evolução do Produto Interno Bruto (PIB) do Seridó, considerado a soma de todos os bens e serviços produzidos entre 2002 e 2005, cresceu 21,4%, tendo evoluído de R\$ 877,9 milhões para R\$ 1.006,1 milhões.

partir de Natal), Polo Costa Branca (região Oeste), Polo Serrano, Polo Seridó⁶ (região do Seridó, na qual estão inseridos os municípios investigados na pesquisa em questão) e Polo Agreste/Trairi.

Por meio desse programa, o governo do estado tem promovido projetos culturais, ainda incipientes, que veem a valorizar as suas regiões. Dentre os benefícios proporcionados por esse segmento destacam-se: a valorização da identidade cultural, o resgate e a dinamização da cultura, a preservação do patrimônio material e imaterial e o intercâmbio cultural a partir do conhecimento, da compreensão e do respeito à diversidade. É um momento de aprendizagem das expressões culturais, dos estilos de vida e costumes de cada local. Acrescente-se a esses benefícios a geração de empregos e rendas, seja no setor formal ou informal, dinamizando o setor de negócios e a economia (segmentação do Turismo Marco Conceitual).

Não obstante a priorização dos recursos destinados às atividades turísticas nos últimos anos, a pesquisa aponta uma carência de infraestrutura com qualidade e sustentabilidade,⁷ em particular no que se refere ao turismo cultural em seus diversos segmentos, notadamente, o turismo religioso que, associado à dimensão e importância simbólica das manifestações religiosas, possui um peso significativo nas escolhas turísticas que não deve ser desprezado pelos decisores e operadores que atuam na área.

Novos caminhos para o turismo cultural

As festas religiosas do catolicismo popular brasileiro, constituem uma das maiores manifestações de crenças e práticas religiosas que condensam histórias e mitos presentes no imaginário popular. Habitualmente, exercidas por festeiros, devotos, patrocinadores e *especialistas do sagrado*, tornam-se propriedade da comunidade e portadoras de uma identidade, à medida que se nutrem das raízes culturais, da memória coletiva, dos valores e dos *saberes e fazeres* inseridos num *habitus*⁸ religioso inculcado na história do grupo. Como

⁶ O Polo Turístico do Seridó é composto por 17 municípios: Acari, Carnaúba dos Dantas, Caicó, Cerro-Corá, Currais Novos, Jardim do Seridó, Parelhas, Florânia, Lagoa Nova, Tenente Laurentino, Timbaúba dos Batistas, Santana do Seridó, Ouro Branco, Serra Negra do Norte, Equador, Jucurutu e São João do Sabugi.

⁷ O conceito de sustentabilidade, embora de difícil delimitação, refere-se ao “desenvolvimento capaz de atender às necessidades da geração atual sem comprometer os recursos para a satisfação das gerações futuras” (Conceito de Desenvolvimento Sustentável – *World Commission on Environment and Development*, 1987).

⁸ “[...] um sistema de disposições duráveis e transponíveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona a cada momento como uma matriz de percepções, de apreciações e de ações – e torna possível a realização de tarefas infinitamente diferenciadas, graças às transferências analógicas de esquemas [...]” (BOURDIEU, 1983, p. 65).

mecanismo social, as festas são permeadas por diversos aspectos, tais como: solidariedade, autoridade, hierarquia, conflito, hospitalidade, os quais lhes conferem dinamicidade e sentido.

Observamos que a Festa de Sant'Ana, celebrada nos Municípios de Caicó e de Currais Novos, a Festa de Nossa Senhora das Vitórias, em Carnaúbas dos Dantas, e de Nossa Senhora dos Impossíveis, no Município de Patu, possuem características comuns, englobando as demais festas do catolicismo popular brasileiro. A revelação dos poderes sobrenaturais, sejam eles autóctones ou santificados, sob a forma de uma aparição milagrosa, de uma manifestação do além ou de um sonho, é pedra de toque para a origem dos locais considerados sagrados. (ELIADE, 2001).

Anualmente, as comemorações renovam os seus ritos de celebração, no momento em que o sagrado e o profano se entrecruzam e se sobrepõem na fusão de vários elementos contidos no ato de festejar, e se manifestam por meio de peregrinações, novenas, procissões paralelas às atividades consideradas profanas – *shows* de forró, bailes promovidos pelas tradicionais famílias católicas, feiras de artesanatos, quermesses, bingos, leilões, comércio de produtos típicos da terra e objetos religiosos.

Os municípios vivenciam, durante o período festivo, a euforia de uma grande movimentação de transeuntes que chegam para rezar, pagar promessas, assistir às missas. O ritmo pacato das cidades modifica-se com a chegada de vendedores ambulantes, novos pontos de vendas com barracas de artigos religiosos e bugigangas. O aumento do consumo de bebidas, comidas, artesanatos locais e de outras regiões dinamiza o comércio, gerando renda e emprego para a população local. Pousadas, hotéis e casas de famílias abrigam parentes, amigos, visitantes, peregrinos e forasteiros que para lá afluem. Como não poderia faltar, a música e a dança dão tom alegre e colorido aos eventos. Apresentações teatrais com artistas da terra, *shows* de bandas musicais – filarmônicas e de forró – fazem de cada evento um espetáculo do qual todos são protagonistas.

No que diz respeito ao desenvolvimento de um turismo religioso, enfatiza que apesar de a motivação primordial ser exclusivamente por razões religiosas, as viagens são, em regra, multifuncionais. Como tal, não impedem o turista de desenvolver outras atividades tais quais: comprar *souvenir*, artesanatos, fazer passeios e provar da gastronomia típica da região. Com diferentes enfoques, Steil (2003), Oliveira (2000), Dias (2003), Abumanssur (2003), Silveira (2003), entre outros pesquisadores do turismo religioso, apontam para a fluidez nas relações espaciais e temporais operadas no eixo religião e turismo. Para Steil (2003), turismo

e peregrinação apresentam-se como estruturas de significados diferentes, mas que se articulam com possibilidades de arranjos. Situações *suis-generis* ou com diferentes sentidos, possibilitam um encompassamento por parte do campo religioso a uma lógica turística, ou vice-versa, surgindo assim o que se poderia chamar de turismo religioso.

Assim, os peregrinos e turistas que se deslocam para a Festa de Sant’Ana, em Caicó, ou para outras festas nos demais municípios pesquisados, possuem motivos suficientes para usufruírem dos atrativos que a região oferece. Além de ser a expressão máxima da religiosidade do seridoense, a cidade de Caicó é conhecida nacionalmente pelo artesanato dos bordados feitos à mão e das rendas de bilros, pelos produtos da culinária regional como a carne-de-sol, o queijo de coalho, a manteiga da terra, os bolos, biscoitos e licores típicos, de grande importância socioeconômica para o município.

Sendo o cristianismo um dos principais impulsionadores do turismo, especialmente com as peregrinações de âmbito mundial, a Igreja Católica mantém estreita relação com o sistema turístico com vistas não só aos benefícios auferidos na conservação dos seus templos, mas também como uma oportunidade de difundir sua doutrina. Documentos eclesiais da Conferência Mundial de Roma, realizada em 1960, atestam que o turismo religioso é compreendido como “uma atividade que movimenta peregrinos em viagens pelos mistérios da fé ou da devoção a algum santo”. Tal evento estimulou a Igreja Católica a criar uma pastoral do turismo religioso, já estruturada na Europa e recentemente difundida no Brasil. Na prática, são viagens organizadas para locais sagrados, congressos e seminários ligados à evangelização, festas religiosas, espetáculos e representações teatrais de cunho religioso. (PONTIFÍCIO CONSEJO, 2003).

Urry (1996, p. 5), ao se reportar às relações entre a Igreja Católica e as atividades turísticas, cita as palavras do Arcebispo de Cantuária⁹ quando, em alusão às atividades comerciais e à ampliação de novos equipamentos de hospedagem ligadas ao crescimento dos peregrinos pelas várias cidades religiosas do mundo, afirma que, na Idade Média, “as pessoas eram turistas devido a sua religião, ao passo que hoje elas são turistas porque o turismo é a sua religião”. Nessa direção, Danielle Hervieu-Léger (1997) chama a atenção para o processo de dessimbolização ou perda da eficácia do símbolo na esfera religiosa que, paradoxalmente, trouxe à sociedade laica a emoção; a experiência religiosa como o cerne de religiosidades emergentes, reconfigurando outros tipos de experiências: a viagem, o prazer, o fluxo turístico.

⁹ Cidade do sudeste da Inglaterra e principal centro religioso do Reino Unido.

Considerações Finais

O crescente número de visitantes, durante o período consagrado às tradicionais festas religiosas dos municípios citados, vem levando os governantes, empresários e as comunidades locais a gerenciarem e promoverem o patrimônio cultural e religioso como recurso turístico com vistas para o desenvolvimento desses municípios. Não resta dúvida de que a valorização dos rituais religiosos, a exemplo da preparação das novenas, cavalgadas, dos jantares de confraternização, *shows* artísticos associados à recuperação dos *saberes e fazeres* próprios das comunidades locais são elementos que contribuem para a diversificação do produto turístico. Além dos aspectos subjetivos das crenças manifestas nos pagamentos de promessas, ex-votos, nas procissões, indumentárias, nos hábitos transmitidos de geração a geração e na própria natureza como cenário, os rituais possuem características essenciais para o consumo visual e sensorial que, cada vez mais, é reforçado pela produção de turismo cultural.

Assim, a transformação das festas religiosas em atrativo turístico para a região é um fenômeno que não pode ser reduzido somente ao que se denomina turismo de massa ou de consumo, nem a um possível elemento propiciador da descaracterização da festa como uma tradição do local. Como afirma Baudrillard (1993, p. 206), “O consumo pelo fato de possuir um sentido é uma atividade de manipulação sistemática de signos. Para tornar-se objeto de consumo é preciso que o objeto se torne signo.” Nessa perspectiva, as comemorações festivas na sociedade atual dotam-se de uma dimensão de objetos a serem consumidos.

No caso da região do Seridó Potiguar, o produto turístico é constituído pela ressignificação da cultura local, como fator atrativo em um cenário de solidariedade e hospitalidade que o configura um elemento diferenciado. As motivações direcionam-se para a apreciação idílica de um conceito de comunidade comprometido na sociedade moderna, em que os valores tradicionais estão cada vez mais ameaçados, uma vez que a construção do produto turístico, nesse tipo de sociedade, requer a extrapolação do que se poderiam denominar suas características mais primitivas.

Nesse cenário, as manifestações religiosas tornam-se espetáculos não só pelo olhar externo, advindo do turista, mas pelo próprio olhar interno, do adepto e da população local, à medida que, ao fazer parte das transformações culturais, ressignifica a sua maneira de viver a religião. Novos processos de inter-relações exigem um esforço de adaptação, tanto por parte das populações locais, acometidas pela reorganização do espaço e inserção nas atividades

econômicas, quanto pela ótica dos peregrinos que paulatinamente mudam as suas práticas. Paradoxalmente, o chamado turismo religioso ocorre justamente em função desses bens culturais que devem ser preservados.

Mesmo não concordando totalmente com Burke (1996) quando afirma que “num certo sentido, os turistas são uma versão secularizada dos peregrinos medievais, suportando o desconforto a fim de adquirir um mérito cultural e social, e não mais religioso”, é preciso considerar que as tradicionais festas religiosas realizadas nas pequenas e longínquas localidades vão sendo inseridas no processo irreversível de globalização, próprio das sociedades atuais, e sofrem ameaças de desagregação das práticas cotidianas que sustentam o sentimento de pertença e construção de um processo identitário.

De acordo com o pensamento de Canclini (1999), advertimos que a maioria das situações de interculturalidade configura-se, hoje, tanto por meio das *diferenças* entre culturas desenvolvidas separadamente, como também pelas maneiras *desiguais* com que os grupos se apropriam de elementos de várias sociedades, combinando-os e transformando-os. Nesse processo, as negociações e articulações são paradoxais, tendo em vista que os interesses para a realização das festas são convergentes, mas os procedimentos para a sua celebração, muitas vezes, apresentam-se opostos e conflituosos. Para os devotos, a celebração das festas deve ter um caráter essencialmente religioso, ainda que as atividades profanas façam parte do cenário. Para os agentes políticos, empresariais e para a mídia em geral, os mega eventos compostos por *shows* artísticos, pirotécnicos e bandas de forró, espetacularmente exibidos, devem ser consumidos por maior número de pessoas. Portanto, não devem ser estudados apenas pelas diferenças de uns em relação a outros, mas também pela hibridização.

Partimos da premissa de que o desafio a ser trilhado nos novos caminhos do turismo cultural da região do Seridó Potiguar, envolve não só as alternativas de consumo que contemplem a riqueza e diversidade da região, mas, acima de tudo, formulação de políticas públicas atreladas de forma consciente aos processos de identificação, motivação e participação das comunidades locais. É nessa dimensão, que o turismo, enquanto prática cidadã, pode contribuir com novas formas de lidar com as desigualdades sociais trabalhando não apenas com mudanças de localidades, mas com a produção de subjetividades múltiplas que possam viver com a diferença que todos nós portamos.

Referências

- ABUMANSUR, E.S. (Org.). **Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo**. Campinas: Papirus, 2003.
- BAUDRILLARD, J. **Para uma crítica da economia política do signo**. Lisboa: Ed. 70, 1993.
- BRASIL. **Segmentação do Turismo: marcos conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.
- CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana R. Lessa. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2008.
- DIAS, R. Turismo religioso: como segmento do mercado turístico. In: DIAS R.; SILVEIRA E. J. S. da. (Orgs.) **Turismo religioso: ensaios e reflexões**. Campinas: Alínea, 2003.
- ELIADE, M. **O sagrado e o profano: a essência das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- IBGE. **Censo Demográfico do Rio Grande do Norte: 1991**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007.
- FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.
- JANSEN-VERBEKE, M.; LIEVOIS, E. Análise de recursos históricos para turismo urbano em cidades européias. In: PEARCE, D.; BUTLER, R. (Org.). **Desenvolvimento em Turismo**. Temas contemporâneos. São Paulo: Contexto, 2002.
- HERVIEU-LÉGER, D. La religion des européens: modernité, religion secularization. In: DAVIE, G.; HERVIEU-LÉGER, D. **Les identités religieuses en Europe**. Paris: La Découverte, 1997.
- O JORNAL DE HOJE. **Secretaria de Turismo instala o Conselho do Pólo Seridó**. Cadernos de Economia. p. 7. De 11.07.2008. Disponível em: <http://www.sigeor.sebrae.com.br/upload/noticia>>. Acesso em: 25 jul. 2008.
- PONTIFICIO CONSEJO para la pastoral de los emigrantes e itinerantes Orientaciones para la pastoral del turismo. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/migrants/documents/rc_pc_migrants_doc_20010711_pastoraleturismo_sp.html>. Acesso em: 10 maio 2009.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo/Programa de Orientações Básicas do Programa de Regionalização do Turismo, 2006.
- OMT (Organização Mundial do Turismo). **Código de Ética**, disponível em: www.wto.com.br>. Acesso em 6 jan. 2009.

VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

PNT. **Plano Nacional de Turismo 2007/2010**. Uma viagem de inclusão. Disponível em:
<www.turismo.gov.br>. Acesso em: 28 abr. 2009.

SEDOC. **Orientações para a Pastoral do Turismo**. Petrópolis: Vozes, 2001.

SEBRAE. **Projeto Roteiro Seridó**: Plano de Turismo Sustentável, 2004. Disponível em:
<<http://www2.rn.sebrae.com.br>>. Acesso em: 12 abr. 2009.

SEBRAE. **Manual de Operações - roteiros e banco de dados**. 2005 (CD-ROOM). Projeto Turismo no Seridó. Disponível em: <<http://www.sigeor.sebrae.com.br>>. Acesso em: 02 ago. 2008.

SILVEIRA, E. J. S. Turismo religioso, mercado e pós-modernidade. In: DIAS R.; SILVEIRA E.J.S. (Orgs.). **Turismo religioso: ensaios e reflexões**. Campinas: Alínea, 2003, p. 39-90.

STEIL, Carlos Alberto. Peregrinação, romaria e turismo religioso: raízes, etimologias e interpretações antropológicas. In: ABUMANSSUR, Edin Sued. (Org). **Turismo Religioso: ensaios antropológicos sobre religião e Turismo**. São Paulo: Papiros, 2003.

SEPLAN. **Plano de Desenvolvimento Sustentável do Seridó**. Natal: 2000. v. I e II.

TALAVERA, Agustín Santana. O rural como produto turístico: algo de novo brilha sob o sol. In: SERANO, C; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. D. P. (Orgs.). **Olhares Contemporâneos sobre o Turismo**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 2001.

URRY, John. **O olhar do turista: viagens e lazer nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/ Sesc, 2004.

_____. The Tourist Gaze and the Environment. In: **Consuming Places**. London: Routledge, 1997, p. 173-192.

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.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.