

Tradições e traduções culturais no São João do Maranhão: Análise da relação entre festas populares e o turismo

Rosijane Evangelista da Silva¹

Karoliny Diniz Carvalho²

Resumo

O artigo analisa as festas juninas como espaços simbólicos de pertencimento dos agentes locais em relação ao seu patrimônio e elementos articuladores do turismo. Reflete sobre a relação entre as festas populares e o segmento turismo cultural, tendo como foco de interesse o São João do Maranhão, destacando as relações e impactos decorrentes da apropriação das manifestações populares tradicionais como bens de consumo turístico. Por meio de pesquisa bibliográfica realizada constatou-se que as festas juninas revestem-se de novos significados para atender às necessidades e expectativas dos visitantes. Compreende-se que o turismo contribui como fator de hibridação das culturas, promovendo articulações entre os aspectos considerados tradicionais das manifestações tradicionais e elementos da cultura global. A análise aponta a necessidade de promover o uso sustentável das festas populares pelo turismo, beneficiando social e economicamente as comunidades e promovendo a valorização do patrimônio cultural local.

Palavras- chave: Festas juninas. Turismo Cultural. Impactos. Sustentabilidade.

¹ Mestranda em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC-BA) Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Email: fedele.e@hotmail.com

² Mestranda em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC-BA). Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Email: karol27_turismo@yahoo.com.br

Introdução

A dimensão cultural do turismo torna-se cada vez mais necessária no que tange à construção de um diferencial no desenvolvimento da atividade. Turismo e lazer se constroem num complexo processo de difusão e interações culturais. De modo que conforme coloca Tomazzine (2008, p.02) “as identidades e diversidades culturais transformadas em produtos de consumo, podem contribuir para o desenvolvimento do turismo.”

O homem celebra há centenas de anos os seus ritos de passagem, relembra as suas datas festivas sagradas, profanas e de agradecimento. As evoluções dessas evocações chegam até os dias atuais, incorporadas aos nossos calendários de tradição religiosa e festiva e como parte essencial de nossa própria constituição social. Ao longo do tempo essas práticas fizeram parte dos processos das transformações culturais e religiosas da sociedade humana e das suas relações simbólicas entre a realidade e a ficção, dando origem aos diversos protagonistas e suas performances nos festejos populares.

São essas práticas do passado que chegam ao presente com as suas diversidades nacionais, regionais e locais, de significados, de referências e de desdobramentos em processos culturais de apropriações e incorporações de novos valores simbólicos que vão construindo outras identidades. A apropriação dessas manifestações pelo universo do turismo as redimensiona transformando essas expressões populares entendidas como patrimônio cultural em atrativos turísticos.

Por meio do patrimônio cultural, em suas mais variadas manifestações o turismo tem conquistado visibilidade e valorização num mercado global sempre muito competitivo. Igualmente, o contato com outra realidade e o intercâmbio de experiências gerados pelo turismo são importantes mecanismos de elevação da auto estima e orgulho das comunidades e, portanto, de fortalecimento dessas manifestações, além de proporcionar a interação e o respeito entre visitantes e anfitriões (BARRETO, 2000, p.45).

Os objetivos deste artigo são validar a idéia de que sem cultura não há turismo e identificar os principais elementos da dimensão cultural presente nas manifestações populares das comunidades anfitriãs. As festas juninas no Maranhão representam um elemento importante de identidade e de pertencimento para as comunidades, protagonistas da festa, bem como para a população que participa e vive a expectativa do período. É na perspectiva da partilha e da preservação do patrimônio cultural que o turismo se insere na promoção dos atrativos turísticos tendo como oferta a cultura popular das comunidades receptoras e as interações sempre construtivas entre turismo e cultura.

Na realização do trabalho foram utilizadas a pesquisa bibliografia e a observação sistemática de campo, no sentido de compreender as transformações das festas populares maranhenses pela atividade turística. Nesse sentido, foram utilizadas noções de patrimônio cultural (CANCLINI, 1999) e de sítios de pertencimento (ZAOUAL, 2006), para buscar o entendimento da importância das festas juninas para a memória e identidade dos grupos sociais, recorrendo-se a abordagem sobre turismo cultural e suas relações com os eventos culturais (URRY, 1996; HUGHES, 2004), com o intuito de analisar o processo de hibridação e tradução cultural (BHABHA, 1998), na qual se situam os eventos juninos maranhenses no mercado de consumo turístico.

O artigo apresenta-se dividido em seções. Inicialmente, aborda-se as festas populares enquanto espaços de enraizamento comunitário e de manifestação das tradições culturais, destacando-se o seu potencial para a atividade turística. Em seguida, analisa-se as interações entre festas populares e segmento do turismo cultural, enfatizando suas possibilidades na revitalização do patrimônio cultural.

Posteriormente, tendo como cenário as festividades juninas da cidade de São Luís, Maranhão, a análise centra-se no processo de ressignificação das festas populares no mercado de consumo turístico, compreendendo esse mecanismo como reflexo do processo de globalização do capital simbólico e da tradução cultural que caracterizam as sociedades contemporâneas.

Parte-se do pressuposto de que o aproveitamento das festas populares pelo turismo deve considerar os valores e preceitos da sustentabilidade em suas várias dimensões- social, política, econômica, cultural- a fim de permitir o envolvimento da comunidade na transformação do patrimônio cultural como produto de consumo turístico, assim como a valorização de suas tradições culturais.

1 Festas juninas: promovendo a cultura através do turismo

Os eventos juninos apresentam-se como momentos de comemoração e conagração popular que possuem o seu enraizamento e organização no interior de uma determinada comunidade, sendo importantes no processo de coesão social e de reforço da memória e dos valores identitários de um lugar. As festas e celebrações populares caracterizam-se como bens simbólicos, estando associados à vivência coletiva e às criações e recriações comunitárias, sendo consideradas expressões da fé, louvor, da criatividade e inventividade que particularizam determinado grupo e região.

Assim, as festas populares definem-se como patrimônio cultural em seu sentido mais amplo, uma vez que “a experiência vivida também se condensa em linguagens, conhecimentos, tradições imateriais, modos de usar os bens e os espaços físicos” (CANCLINI, 1999, p.99). Nos festejos juninos entrelaçam-se de forma dinâmica o trabalho e o lazer, a devoção e a devoção, instituindo um período particular de expressão dos valores e tradições populares.

Associadas a elas advém uma rede de relações sociais e códigos culturais presentes na gastronomia típica, no artesanato, e na musicalidade, na forma de disposição das barracas, na divisão de gêneros, personagens, alegorias, promovendo a emergência de um sentimento de pertença e de continuidade cultural a uma dada coletividade, “as festas não são uma ‘autenticidade intocada’ vinda do passado, mas o resultado de uma trama complexa resultante das contribuições das diferentes gerações [...] A festa se torna a busca, em um passado remoto, de signos da identidade” (GROPPO, 2005, p.25).

Os espaços sociais onde se evidenciam as brincadeiras juninas articulam concepções de cultura, memória, identidade e tradição e, paralelamente, revelam-se

como espaços confluentes de interações turísticas. Materializando o patrimônio cultural sob diferentes manifestações, os arraiais juninos resultam de um tipo particular de percepção e apropriação do espaço, sendo constituídos por formas de organização social, comunicação grupal e laços de solidariedade comunitária específicos.

Constituem-se, assim, sítios simbólicos de pertencimento, reveladores de vivências, crenças, ritos, rituais, celebrações, costumes e estilos de vida das comunidades, “os sítios apresentam, com efeito, esta extensão imbricada que os tornam, apesar de seu caráter único, entidades plurais que vivem da diversidade circundante” (ZAOUAL, 2006, p.37).

Os arraiais juninos revelam-se também focos de uma economia cultural em vias de desenvolvimento em diversas localidades, evidenciadas no comércio informal que ali se estabelecem, possibilitando a circulação de mercadorias, bens e artigos de cunho tradicional ou moderno, e fomentando a geração de empregos temporários e o incremento da renda familiar.

A existência de referenciais identitários define a personalidade do lugar (YÁZIGI, 2001), constituindo-se num dos principais agenciadores do trânsito turístico para as diversas localidades. O turismo carrega em seu significado a busca pela produção cultural de uma comunidade (COSTA, 2009). Enquanto fenômeno social oportuniza o intercâmbio entre culturas ao possibilitar o convívio dos turistas com os aspectos representativos do patrimônio cultural (conjuntos arquitetônicos, sítios arqueológicos, danças típicas, religiosidade, gastronomia, o artesanato, a musicalidade, performances artística). Na visão de Moesch (2001, p.09) o turismo constitui:

Uma combinação complexa de inter-relacionamento entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais.

Por meio dos patrimônios culturais, a atividade turística promove trocas recíprocas entre os grupos sociais e, conseqüentemente, o reconhecimento da diversidade cultural em meio ao processo de globalização e da tendência à padronização do capital simbólico que se verifica nas sociedades contemporâneas. O turismo apropria-se dos territórios, das paisagens, simbologias, práticas e manifestações culturais, valorando-as no mercado de consumo.

A especialização territorial resultante do turismo estabelece novos valores e significados, com a constituição de territórios híbridos, onde os diferentes agentes sociais - gestores públicos, empresariado, prestadores de serviços turísticos e comunidades locais-, interagem numa complexa rede de relações e interesses diversificados e, em alguns casos, conflitantes.

No contexto turístico, as festividades juninas são utilizadas como fator catalisador de fluxos de visitantes, e conseqüentemente, podendo gerar oportunidades de dinamização econômica para diversas localidades. Em nível nacional emergem exemplos de cidades e regiões que sofreram um processo de regeneração urbana em virtude do estabelecimento de políticas culturais. Estas, ao dinamizar as atividades de lazer e entretenimento, com a multiplicação de festivais, roteiros e atrações, vislumbram oportunidades de desenvolvimento econômico por intermédio da inserção desses lugares no mercado de consumo turístico (KÖHLER; DURAND, 2007).

Além de possibilitar momentos de integração comunitária e de compartilhamento de experiências, os eventos possuem uma nítida associação com o turismo, ao significarem formas distintas de expressão da diversidade cultural, contribuindo para a captação de fluxos de visitantes, e de incremento das opções de visitação turística num determinado período ou época do ano. Na visão de Neto (2001, p. 53) os eventos

São atividades de entretenimento, com grande valor social, cultural e, sobretudo, histórico. Suas atividades constituem um verdadeiro mix de marketing, entretenimento, lazer artes e negócios. Tal a sua importância no contexto social, cultural econômico e político da cidade e região e, em alguns casos até mesmo do país, podemos denominá-los de agentes do patrimônio histórico-cultural

Sánchez e García (2003, p.101) ressaltam a importância de diversificação da oferta de atrativos de uma localidade, no sentido de possibilitar a vivência, por parte dos turistas, dos elementos constitutivos do patrimônio local. Destaca-se assim, o potencial dos eventos culturais na promoção dos destinos e no aumento de sua competitividade no mercado, uma vez que estes contribuem para a redução da sazonalidade e para o enriquecimento da experiência dos turistas.

Seguindo essa perspectiva, Hughes (2004) considera relevante a associação entre turismo, artes e entretenimento, e nesse sentido, a formatação ou revitalização de

eventos incide-se diretamente na qualidade da visita turística, tornando-se ainda suporte de educação patrimonial para os membros da comunidade.

Dentre os benefícios proporcionáveis pela promoção e realização de eventos culturais, destacam-se melhorias na infra-estrutura de equipamentos e serviços, a regeneração urbana, dinamização econômica e o estímulo à busca pela valorização dos aspectos culturais de uma região. Hughes (2004, p.96), elenca alguns objetivos que pode estar presentes no âmbito dos festivais, notadamente no que se refere à inserção da comunidade e sua interação com a atividade turística:

- Criar oportunidades para que os residentes locais assistam a eventos artísticos, o que, de outra maneira não seria possível;
- Melhorar o acesso às artes;
- Encorajar a união da comunidade por meio da participação;
- Fomentar o espírito de comunidade e o fator de “sentir-se bem”;
- Desenvolver o orgulho dos residentes em relação à cidade;
- Ampliar a divulgação da cidade;
- Melhorar sua imagem externa.

Esses elementos podem ser observados no Estado do Maranhão, onde as festividades juninas vem sendo apropriadas pelos órgãos de fomento da cultura e do turismo. Observa-se a articulação de grupos empresariais e instituições públicas na idealização na transformação dos arraiais populares em bens de consumo turístico e cultural no intuito de conferir visibilidade aos produtores culturais e aumentar o nível de atratividade do destino no mercado.

2 A apropriação das festas populares pelo turismo: o caso do São João do Maranhão

O estado do Maranhão é marcado pela sua diversidade cultural, expressa na multiplicidade de brincadeiras e danças populares que adentram aos arraiais, ruas e praças da capital e do interior sobretudo no período junino. Dentre essas manifestações

destacam-se o bumba-meu-boi com sotaques variados, o Tambor de Crioula, o Cacuriá, a dança do Lelê, do Coco.

Na atualidade, as brincadeiras juninas passam a figurar como símbolos identitários, e os arraiais são entendidos como espaços de convergências dessas práticas culturais. Elevadas à condição de patrimônio cultural, essas manifestações inserem-se no mercado de consumo de bens simbólicos, nos meios de comunicação de massa, e nas estratégias de promoção turística em nível nacional e internacional.

A atividade turística constitui-se num dos principais reflexos da globalização econômica e simbólica verificada entre as diversas localidades, interpondo tradições e heranças específicas em zonas de contato num movimento de constante interação. Assim, o turismo como sinônimo de intercâmbio de informações, conhecimentos, e bens simbólicos apresenta-se como fenômeno dialógico, ao promover interações e possibilitar aos visitantes o contato com a realidade e o cotidiano das comunidades receptoras. Ao mesmo tempo, contribui para os processos de hibridação, assimilação e tradução cultural, estando inserido numa rede complexa e dinâmica de criação e recriação das memórias e das identidades.

A promoção das festas juninas como elemento de atratividade turística associa-se geralmente à vinculação dos fatos culturais nas propagandas turísticas oficiais, na mídia impressa e audiovisual, e mais recentemente no espaço virtual (sites institucionais, de agências de viagens e especializados na divulgação de destinos turísticos), na medida em que “a busca pelos elementos característicos e diferenciais de cada cultura aparece como uma necessidade de mercado, a cultura autóctone é a matéria-prima para a criação de um produto comercializável e competitivo internacionalmente” (BARRETO, 2000, p.48).

A inserção de elementos da cultura popular no mercado publicitário e a sua utilização para fins turísticos contribuem para a descaracterização e espetacularização da cultura. Em virtude do turismo se configurar em um bem simbólico, as instituições públicas e privadas elegem determinados símbolos como matrizes da cultura popular no processo de formação da imagem turística de um destino:

A mídia, de um modo geral e com raras exceções, tem a disposição de tutelar a informação, selecionando, com critérios, às vezes, simplistas e simplificadores o que informa. Quando assim procede, cria simulacros que

tendem a se transformar em produtos que destroem a dimensão cultural do fenômeno social apresentado, alterando o contexto em que o patrimônio se constrói ou não informando sobre ele, seguindo a orientação das audiências e conveniências. Quando se segue essa geral tendência midiática, limita-se a capacidade problematizadora e educadora da informação, diminuindo, da mesma forma, a percepção da oferta informativa por parte do turista, visitante ou habitante da localidade (MENESES, 2004, p.60-61).

Reconhece-se a importância da relação entre patrimônio cultural representado pelas festas populares e o turismo, aqui entendido como instrumento de cooptação de benefícios para as comunidades e possibilitador do revigoramento das produções culturais e de elevação da auto-estima dos grupos étnicos, a partir do intercâmbio de vivências e da interpretação de seu patrimônio para os visitantes.

Diante da intensificação dos processos culturais, do descentramento identitário e da comercialização de signos, imagens e representações no mercado de consumo, as práticas sociais são revisitadas e reelaboram seus significados, estabelecendo novas formas de expressão da identidade. Assim, “não fica clara que uma encenação destinada ao turista, aparentemente inautêntica, seja tão diferente daquilo que acontece de qualquer maneira em todas as culturas” (URRY, 1996, p. 25).

Na atualidade, as festas juninas maranhenses apresentam-se reconfiguradas como elemento de atratividade turística, tornando-se vetores para a expressão de novos valores e significados culturais presentes nas sociedades, porém, mantendo as suas especificidades. Para fins de adequação às necessidades mercadológicas do turismo, vêm sofrendo um processo de transformação, notadamente quando as apresentações de grupos da cultura popular tornam-se institucionalizadas, cooptadas pelos governos estaduais e municipais.

Destaca-se o processo de formalização jurídica por que passam diversas brincadeiras populares, a fim de tornar possível o seu cadastro junto aos órgãos públicos e, dessa forma, assegurar o cachê destinado ao pagamento das apresentações durante as temporadas juninas.

As alterações ocasionadas pelo aproveitamento das festas populares como atrativos turísticos podem comprometer a espontaneidade das manifestações culturais, com a perda de suas características singulares. Nesse particular, os arraiais configuram-

se como arenas de materialização de mudanças e ressignificações das brincadeiras e danças juninas maranhenses, sobretudo quando da presença de visitantes- espectadores.

Rosa (2002) enuncia o aspecto normativo existente nos eventos turísticos, evidenciados no compromisso com a programação, no apelo estético, assim como nos comportamentos dirigidos dos brincantes, os quais diferem substancialmente do significado da festa enquanto momento de celebração, mobilização e participação popular. Nos eventos e lugares turísticos oficiais as brincadeiras juninas de um modo em geral, adéquam-se ao calendário das apresentações, promovendo mudanças na forma de expressão da brincadeira, reduzindo o tempo das apresentações e padronizando as indumentárias.

As sociedades contemporâneas caracterizam-se pela existência de culturas híbridas, isto é, traduzidas, pertencentes a vários sistemas culturais e que estabelecem com eles trocas de elementos, informações e tecnologias, dando origem a produções multiculturais. Em consequência, o patrimônio cultural também corporifica as diferentes formas de tradução e ressignificações das identidades (CANCLINI, 2000).

Na interculturalidade contemporânea as culturas apresentam-se em estado de permanente transformação. Nesse sentido, as tradições são constantemente reatualizadas, entrelaçando aspectos tradicionais e modernos. A tradução é vista como um processo de releitura e de incorporação de novos elementos. Consiste em “viver nas fronteiras”, estar num “entre-lugar”; é ainda, “uma condição de hibridismo que confere poder, uma emergência que transforma o retorno em reinscrição” (BHABHA, 1998, p.311).

O turismo como elemento potencializador das relações sociais contribui para a hibridação envolvendo aspectos tradicionais considerados autênticos pela comunidade, e modernos ou pós-modernos, igualmente reproduzidos e legitimados nas festas e celebrações populares, “temperadas com as vinculações culturais e as conversações com os outros de fora dos seus territórios que vão constituindo as identidades e os estatutos de convivência e conveniência cultural do local com a cultura global” (TRIGUEIRO, 2007, p.109).

Ao organizar eventos que agregam valor ao turismo cultural, é necessário pensá-lo de maneira que a comunidade esteja envolvida em seu processo de organização e

execução, no sentido de colocar em cena valores, projetos, e a arte da população local, fazendo com que este tipo de evento contribua com a valorização da cultura e afirmação de sua identidade.

Deve-se resgatar e revitalizar as criações populares tradicionais, inserindo-as nos roteiros histórico-culturais, buscando a sua devida interpretação para o público visitante, a fim de que o mesmo, embora num espaço abreviado de tempo, possa compreender a importância do patrimônio cultural para a população residente. Entendemos que as políticas públicas direcionadas à promoção do turismo cultural devem considerar a sustentabilidade social, econômica e, ambiental e cultural.

A promoção dos eventos populares deve abranger um apoio mais direcionado no sentido de assegurar as condições técnicas de reprodução dos fatos folclóricos pelas classes populares, propiciando a reprodução criativa das tradições culturais, “muitas das manifestações da cultura pertencem a grupos sociais de baixa renda, que não dispõem de indumentárias e instrumentos musicais, por exemplo. Dependem, assim, do apoio da sociedade para obter esses materiais” (FARIAS, 2002, p.60).

As instituições de fomento ao turismo devem atuar em parceria com os demais órgãos públicos e privados no sentido de promover melhoria nas condições objetivas de vida das classes populares em amplos setores, tais como saúde, educação, infra-estrutura básica e de suporte para o desenvolvimento turístico.

É primordial a criação de espaços para a disseminação das manifestações tradicionais: oficinas e ateliês, centros culturais, além de promover ações de educação patrimonial para turistas e comunidade, no intuito de valorizar o saber-fazer dos mestres populares, estimulando a integração dos atores culturais, estabelecendo ainda mecanismos eficientes de controle e avaliação dos fatos folclóricos. Tais iniciativas, envolvendo a participação do poder público, empresariado e das instituições não governamentais, tendem a contribuir para a responsabilidade social e para a geração de benefícios sociais e econômicos através do turismo, estimulando o desenvolvimento endógeno:

A essência do planejamento turístico local exige que a comunidade, em todos os seus segmentos, tenha consciência de seu patrimônio material e imaterial e que decida sobre o que compartilhar e o que preservar para a sua guarda e proveito próprio, e também como e onde deseja que essa troca se efetue (BENI, 2002, p.19).

A comunidade local deve estar consciente do processo de transformação das culturas e de hibridização das identidades, participando efetivamente no planejamento turístico, incorporando as suas reais necessidades e expectativas, primando pelo desenvolvimento em amplos aspectos da realidade social.

Para Meneses (2004, p.101) “entender, informar, respeitar e alegrar-se em conhecer, de forma simplificada, é o segredo da promoção turística sustentável, com base no patrimônio cultural”. Cabe aos setores ligados ao turismo o entendimento da relação entre turismo e patrimônio cultural e o compromisso com a real significação que estes possuem para a comunidade em termos de alcance do desenvolvimento sustentável.

Considerações Finais

O turismo projeta contexto ambiental, social, histórico e cultural, iluminando e revelando patrimônios, dotando-os de sentidos diferenciados evidenciando e evocando novos preceitos culturais, numa recriação dos valores e uso patrimoniais, configurando um processo cultural em constante transformação (SAHLINS, 1997).

A atividade turística é na sua natureza uma experiência cultural. Desse modo, o turismo não pode e não deve ser analisado de forma isolada e dissociada do contexto social e cultural, pois a atividade, seja como atrativo, seja como experiências vividas pelos turistas, sempre manteve uma relação com a cultura enquanto base da vivência humana. Tem-se, portanto, uma dimensão do turismo cuja premissa é a valorização cultural, objetivando ao desenvolvimento em sentido amplo e a convivência harmoniosa entre os atores sociais.

A história das comunidades é elemento essencial do turismo de base cultural. Para a produção da oferta turística, é preciso definir claramente a identidade da região, considerando as origens étnicas das comunidades, a fim de analisar a coerência entre as raízes históricas e as manifestações culturais. Entender o sentido e as implicações

sociais e econômicas da cultura é fundamental para analisar a sua relação com o turismo e para construir novas teorias que possibilitem conhecer e conceituar e aplicar o conceito de turismo cultural.

O cenário da festa, pode também converter-se no espaço das políticas de fortalecimento e da valorização do patrimônio cultural, das manifestações populares e das comunidades que as produzem. O efetivo planejamento da atividade turística cultural, tendo em conta a participação e dando voz aos atores sociais que constroem e guardam a memória e garantem a reprodução dessas manifestações, pode se converter em ganhos e benefícios para todos os envolvidos no processo. A dimensão cultural é essencial para o turismo e o dialogo equilibrado entre patrimônio cultural e turismo estabelece bases solidas para a construção de uma atividade sustentável.

Referências

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Trad: Myriam Ávila, Eliana Reis, Gláucia Gonçalves. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998. 394 p

CANCLINI, Néstor Garcia. O Patrimônio Cultural e a construção imaginária nacional. In: **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. Rio de Janeiro, nº 23, 1999, p. 94 - 115.

_____. **Culturas Híbridas**. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2000.

BARRETO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. São Paulo: Papyrus, 2000.

BENI, Mário. Um outro Turismo é possível? A recriação de uma nova ética. In: GASTAL, Susana; MOESCH, Marutschka (Org.). **Um outro Turismo é possível**. São Paulo: Contexto, 2004.

COSTA, Flávia Roberta. **Turismo e patrimônio cultural**: interpretação e qualificação. São Paulo: SENAC, 2009.

VII SEMINÁRIO 2010 ANPTUR

VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
20 e 21 de setembro de 2010 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

GROPPO, Luís Antônio. O popular e o lúdico nas festas. In: _____ (Org.). **Vamos para a festa! Turismo e festa popular**. Taubaté- SP: Cabral Editora e Livraria Universitária, 2005.

FARIAS, Eny Kleyde Vasconcelos. A Construção de Atrativos Turísticos com a comunidade. In: MURTA, Stela Maris; ALBANO, Celina (orgs). **Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar**. Belo horizonte: Ed UFMG; território Brasilis, 2002.

HUGHES, H. **Artes, entretenimento e turismo**. São Paulo: Roca, 2004.

KÖHLER, A. F.; DURAND, J. C. G. Turismo cultural: conceituação, fontes de crescimento e tendências. In: *Turismo. Visão e Ação* (Itajaí), v. 9, p. 185-198, 2007.

MENESES, José Newton Coelho. **História e Turismo Cultural**. Belo Horizonte: Autêntica, 20004.

MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

NETO, F.de P. Evento: de ação, de entretenimento a agente de promoção do patrimônio histórico-cultural IN: FUNARY, P. P.; PINSKY, J. (Orgs.). **Turismo e Patrimônio Cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

ROSA, Maria Cristina. Festar na cultura. In: _____ (Org.). **Festa, lazer e cultura**. São Paulo: Papyrus, 2002. p.11- 41.

SAHLINS, Marshall. **O “pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um objeto em via de extinção” (Parte I)**. Mana. Rio de Janeiro, v.03, nº01, 1997.

VII SEMINÁRIO 2010 ANPTUR

VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
20 e 21 de setembro de 2010 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

SANCHÉZ, A.G; GARCÍA, F.J. El turismo cultural y de sol y playa: ¿Sustitutivos o complementarios? In: **Cuadernos de Turismo**. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA, 2003, 11; pp. 97-105.

TOMAZZONE, E.L. Dimensão cultural do turismo: uma proposta de análise. In: **Revista de Historia e Estudos Culturais**. 2008, vol. 5, ano V, nº 3.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. Festas Populares. In: GADINI, Sérgio Luiz, WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs.). **Noções Básicas de Folkcomunicação**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007, p. 107-112.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996.

YÁSIGI, Eduardo. **A alma do lugar: Turismo, planejamento e cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.