
Turismo cultural: um olhar sobre as manifestações de atratividades encontradas nas feiras populares do Brique da Redenção em Porto Alegre – RS, Brasil, e da feira da Praça Matriz em Montevideu no Uruguai¹

Paola Luciana Rodriguez Peciar*
Lucia Isaia**

Resumo

O Turismo cultural é uma atividade que proporciona o acesso ao patrimônio cultural de uma comunidade, ou seja, tudo aquilo que é criado pelo homem bem como seus usos e costumes, com o intuito de promover a preservação destes. A partir dessa reflexão, foi escolhido o tema deste estudo, levando-se em conta que, por meio do Turismo cultural, o turista pode conhecer alguns aspectos da vida e do pensamento da comunidade receptiva. Assim, o presente artigo tem como objetos de estudo duas feiras populares, por entender esses eventos como espaços ricos em manifestações culturais diversas. No entanto, essas manifestações que não são produzidas exclusivamente para fins de visitação turística, surgiram e se realizam independentemente desta última. Assim, suas características fundamentais se constituem em manifesta es espontâneas e, conseqüentemente, legítimas. As feiras pesquisadas foram o Brique da Reden o em Porto Alegre, no Brasil e a Feira da Praça Matriz em Montevideu, no Uruguai. Objetivando diagnosticar nesses eventos as respectivas ofertas que se caracterizam como atrativos turístico-culturais, foram utilizadas pesquisas bibliográficas e observa es *in loco*. Dessa forma, este artigo propõe por meio da análise das duas feiras, fomentar o olhar e a discussão acerca de atrativos que proporcionam ao turista conhecer a cultura e o cotidiano das comunidades anfitriãs.

Palavras-chave: Turismo cultural. Feiras populares. Manifesta es de atratividade.

* Especialista em Educa o Ambiental; bacharel em Turismo; acad mica do Curso de Ciências Sociais da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM. Paolapeciar@yahoo.com.br.

** Doutora em Artes Plásticas; professora orientadora e docente do Curso de Turismo da Unifra.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho sugere um olhar sobre as atratividades turístico-culturais encontradas nas feiras populares do Brique da Redenção em Porto Alegre – RS, Brasil, e a Feira da Praça Matriz em Montevidéu no Uruguai.

Para tanto, o problema norteador da pesquisa constituiu-se da seguinte pergunta: quais as ofertas encontradas na Feira Brique da Redenção e na Feira da Praça Matriz que se caracterizam como atrativos turístico-culturais?

No intuito de responder a referida questão, cogitou-se a hipótese de que as feiras Brique da Redenção e Feira da Praça Matriz são espaços de compra e venda de produtos tradicionais com expressivo valor cultural, como antiguidades, artesanato, obras de arte, alimentos e, também, espaços onde as comunidades receptoras proporcionam aos visitantes; interações que legitimam esses acontecimentos semanais. Essa legitimidade acontece por intermédio da observação de seus usos e costumes ou das apresentações artísticas e manifestações públicas que são desenvolvidas nas feiras. Visto sob esse aspecto, as duas feiras tomadas como objeto de estudo, neste trabalho, poderiam caracterizar-se como atrativos turístico-culturais.

Com a finalidade de testar a hipótese descrita, o objetivo geral da pesquisa baseou-se em diagnosticar nas feiras Brique da Redenção em Porto Alegre – RS, Brasil, e a Feira da Praça Matriz em Montevidéu, Uruguai as respectivas ofertas que se caracterizam como atrativos turístico-culturais. Ainda, para subsidiar a efetivação do objetivo geral, fizeram parte como objetivos específicos da pesquisa as seguintes ações: evidenciar algumas das ofertas culturais tangíveis e intangíveis, que possuíssem relevância como atrativos turísticos; identificar alguns dos atrativos turísticos periféricos das feiras; investigar, a partir da perspectiva dos nativos (feirantes), como se procede a interação entre eles e os turistas que os visitam e, também, destacar mediante enfoque comparativo entre as feiras elementos de alteridade e similitude entre ambas.

Para a realização dos objetivos do trabalho, utilizou-se dois métodos: o primeiro, diz respeito à

pesquisa de documentação bibliográfica que viabilizou e embasou a sua efetivação. O outro, refere-se à observação *in loco* que proporcionou uma inter-relação entre a pesquisadora e seus objetos de análise (as feiras Brique da Redenção e Feira da Praça Matriz), oportunizando-a a fazer parte do próprio contexto de estudo para melhor entender e interpretar esses ambientes, realizando a coleta de dados.

Também foram utilizados métodos complementares de registro que serviram para ilustrar a observação *in loco* como fotografias e depoimentos. No auxílio à coleta destes, foi utilizado um gravador para melhor registrar a perspectiva dos nativos (feirantes) sobre o modo como se procede a interação deles com os turistas e as feiras.

As visitas à campo foram num total de oito, quatro em cada feira, lembrando que a periodicidade de ambas é semanal. Foram recolhidos depoimentos de trinta feirantes, quinze em cada evento e para a seleção dos depoimentos analisados os depoimentos que melhor esclareceram e sinalizaram tanto os objetivos geral e específicos como aqueles que de formas diversas clarificam o problema desta pesquisa.

Partindo-se da premissa de que o turismo cultural busca a apreciação e a compreensão de manifestações culturais diversas, é que foram escolhidas as feiras Brique da Redenção e Feira da Praça Matriz como objetos de estudo, por se tratarem de locais ricos de expressão cultural.

2 TURISMO E CULTURA

O homem, durante toda a história de seu percurso, deixou sinais que caracterizam suas expressões de pensar, sentir e agir. Entende-se esses sinais, essas vivências como peças valiosas que remontam a grande parte da história da humanidade e que devem ser preservadas.

Dessa forma, essas informações são chamadas de patrimônio cultural e significam, em termos gerais, aquilo que é criado pelo homem, devendo ser valorizado e preservado. A atividade do Turismo Cultural proporciona o acesso a esse patrimônio, ou seja, à cultura e ao modo de viver de uma comunidade.

Para melhor entendimento do fenômeno Turismo Cultural, primeiro serão expostos e discutidos

alguns conceitos sobre turismo e cultura e, posteriormente, realizadas as considerações sobre o assunto. Para isso, pretende-se salientar, dentre os enfoques economicista e social existentes nas definições de turismo, o mais apropriado que implicará, posteriormente, em uma melhor compreensão sobre o turismo cultural.

Andrade (1992) faz algumas referências ao turismo como sendo um todo estruturado, característico de uma sociedade de consumo e que, portanto, é um produto composto ou uma combinação de bens e serviços cuja funcionalidade depende de uma série de conhecimentos operacionais e de paciente dedicação ao atendimento dos requisitos da oferta² e das exigências da demanda.³

Dessa forma, Andrade (1992, p. 38) define o turismo como “um conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais.”

Partilhando do mesmo enfoque atribuído ao turismo por Andrade (1992), ou seja, a análise do turismo do ponto de vista mercadológico, Ignarra (2001, p. 59) define o turismo como “uma atividade econômica de prestação de serviços, que tem nos recursos humanos seu principal elemento.”

Ainda sobre as definições ao turismo sob o enfoque economicista, a *American Express*, citada por Trigo (1999), refere-se a ele como “a indústria de viagens e turismo que inclui transporte de passageiros, hotéis, motéis, e outras formas de hospedagem, restaurantes, cafés e similares, serviços de recreação, lazer e cultura.”

Trigo (1999) critica o uso do termo “indústria” para definir o turismo, apontando-o como uma forma errônea de definição, visto que se situa no setor terciário da economia (setor de prestação de serviços) e não no setor secundário (industrial).

Assim como Trigo (1999), Barretto (1998) opõe-se ao uso do termo “indústria” para definir o turismo, pois ela dentre outros autores, acredita que o turismo deve ser compreendido por meio de uma visão mais holística⁴ sobre o fenômeno comentando que “grande parte do material escrito sobre turismo começa – e não raro também termina – com a afir-

mação de que se trata de uma ‘indústria’ importante porque movimenta muito dinheiro – o que é inegável, porém diz pouco” (BARRETTO, 2000, p. 17).

Na tentativa de definir o turismo por meio de uma visão holística, com as complexidades e as diversidades das relações sociais existentes que compõem essa atividade, tem sido elaborados estudos e reflexões sobre o turismo a partir do aspecto socioantropológico.

Turismo é um todo. Engloba a infraestrutura, os recursos naturais, culturais, artísticos, históricos, os meios de hospedagem e os serviços complementares. Turismo é movimento, divertimento, descanso, desenvolvimento, evasão, cultura, abandono do cotidiano. A verdadeira concepção de turismo é aquela que coloca o indivíduo em contato com outras civilizações, culturas, costumes, mentalidades e valores. A época da foto *souvenir*, da correria, de querer ver tudo num mínimo de tempo já está passando. Trata-se agora de sentir a maneira de ser de determinados grupos e de se identificar com eles em todos os sentidos (CASTELLI, 1975, p. 20).

Este outro enfoque, que não o economicista, conforme Rejowski, citado por Ansarah (2001), estuda as interações entre os visitantes e os anfitriões, principalmente quando existem diferentes valores, expectativas e comportamentos; preocupa-se com as relações interpessoais em diferentes situações e contextos, conforme o comportamento das populações receptoras e emissoras.

Por meio de um enfoque mais integral sobre o fenômeno, são caracterizadas as definições a seguir:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DE LA TORRE apud BARRETTO, 1998, p. 13).

A partir do momento em que começaram os estudos científicos do turismo, atribuíram-se muitas definições, em virtude de suas complexidades e diversidades. Dentre uma das mais completas, que assinalou todas as facetas e implicações do fenômeno por intermédio de um enfoque holístico sobre o turismo, aponta-se:

Turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Neste processo intervém inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza emocional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos (BENI, 2003, p.1).

Após a exposição e análise de alguns conceitos sobre o turismo, percebe-se que este é explicado conforme diferentes correntes de pensamento. Para efeito de melhor compreensão, foram expostas conceituações sobre o turismo de enfoque mercadológico, que apenas reconhecem as implicações econômicas ou empresariais bem como outras considerações de enfoque socioantropológico. Convém destacar que, para melhor entendimento do Turismo Cultural, o ideal não é analisá-lo apenas sob o enfoque mercadológico, sim sob uma visão holística, como fenômeno eminentemente social sem esquecer ou menosprezar, obviamente, a importância da magnitude de suas implicações econômicas.

Dessa forma, a definição de turismo proposta por Beni (2000), presente neste trabalho, será considerada a mais apropriada ao entendimento de um dos mais fascinantes segmentos da atividade turística, o turismo cultural.

No intuito de iniciarmos a compreensão sobre turismo cultural, faz-se pertinente observar a seguinte colocação do professor Castelli (1990, p. 123):

É preciso despertar a consciência de que, muito antes dos reflexos econômicos, o turismo deve fazer sobressair a importância do inter-relacionamento entre as pessoas dentro de uma consciência de respeito de todos os elementos que formam a cultura do povo.

Sobre o turismo, o mesmo objetiva proporcionar o encontro entre pessoas na perspectiva de que possam surgir laços de amizade, de entendimento e de enriquecimento cultural.

Segundo Coelho (1997), pode-se conceituar cultura de uma maneira mais ampla e atrelada ao turismo, em que esta remete a idéia da forma que caracteriza o modo de vida de uma comunidade em seu aspecto global, totalizante, apresentando-se sob diferentes manifestações que integram um vasto e intrincado sistema de significações.

Pode-se entender a relação entre cultura e turismo, bem como o papel que o primeiro exerce sobre o segundo, por meio da análise que Baptista (1997) discorre sobre a relação ambiente e turismo, considerando-os como elementos interdependentes entre si.

Mediante o pressuposto de que a cultura é um fator de inspiração, de motivações e de percepções atrativas, o autor designa que:

[...] a cultura pode ser considerada como substrato ou enquadramento de motivações e atitudes e como contributivo esclarecedor de fontes de interesse de índole histórica ou tradicional, de natureza construída ou social, e assim mais facilmente se assume como componente do fenômeno turístico, tanto para identificar e caracterizar a procura como, num conceito alargado, de geometria variável, a animação cultural; pode contudo, considerar-se que, se entendermos o turismo como atividade econômica e a cultura como dimensão espiritual, estes dois universos visualizam-se divergentes em muitos aspectos e até, aparentemente, inconciliáveis. Um é, por natureza, dinâmico e lucrativo; o outro é conservador, desinteressado e profundamente enraizado (BAPTISTA, 1997, p. 33).

Novamente evidencia-se que, entender o turismo como atividade meramente econômica, levando-se em conta apenas suas implicações mercadológicas, sem considerar sua dimensão social, torna inviável fazer considerações sobre a cultura como atributo para a compreensão das razões e do significado da atração turística. Visto sob este aspecto, somente é possível considerar a importância da cultura no âmbito do turismo se essa for tomada como resultado da interação da sociedade com o ambiente, ou seja, mais uma vez destaca-se a pertinência da análise do fenômeno turístico sob a ótica social. Dessa forma, Lickorish e Jenkins (1997, p. 99) destacam que “durante um período de tempo, uma sociedade desenvolve suas próprias tradições, suas próprias atitudes e um estilo de vida que pode ser mais ou menos identificativo. Este estilo de vida é o que normalmente se vincula ao conceito de cultura”.

Assim, o turismo proporciona o acesso a esse patrimônio cultural, ou seja, à história, à cultura, e ao modo de viver de uma comunidade. Essa atividade caracteriza-se pela motivação do turista em conhecer regiões onde o seu atrativo principal está baseado na história de um determinado povo, nas suas tradições e nas suas manifestações culturais, históricas e religiosas.

Assim, a história do turismo sempre procurou uma certa legitimidade, ao colocar a cultura como uma das suas finalidades, idéia hoje amplamente reforçada enquanto alternativa a trivialização da viagem, perante a perspectiva meramente consumista de outras formas de turismo. Trata-se, assim, de procurar ser original em tempos de massificação e de produtos industrializados – produtos brancos –, transformando a experiência turística enquanto expressão da pesquisa da autenticidade típica do homem moderno (LIMA, 2003, p. 61).

Pode-se dizer que o turismo cultural é aquele que tem por característica o intercâmbio cultural, o inter-relacionamento entre pessoas de localidades distintas com seus usos e costumes peculiares e o desejo de conhecer o ambiente em que viviam e vivem determinados grupos humanos.

O turismo cultural, no sentido mais amplo, seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem (BARRETTO, 1998, p. 21).

Portanto, o turismo cultural é aquele que tem por finalidade o enriquecimento da personalidade humana por meio de informações, conhecimentos e contatos oriundos da experiência da viagem, quando turistas entram em contato com as comunidades receptoras⁵, assim como suas formas de agir, sentir e de expressar a vivência do seu cotidiano.

Conforme Beni (2000), o turismo é, em certo sentido, o instrumento que serve de veículo à reabilitação de culturas, contribuindo em grande medida para difusão mundial.

Torna-se importante destacar que o turismo exerce fortes repercussões nas comunidades receptoras, sendo ora positivas, ora negativas. Dentre as positivas, o turismo cultural pode vir a intensificar a auto-estima da comunidade local, por meio do resgate de suas raízes culturais como sua história, usos e costumes.

Lima (2003), destaca que o turismo cultural integra a cultura como processo e produto. Assim, o autor define essa atividade como a união entre:

A cultura (*high culture*) do *heritage tourism*, ligada às obras de arte histórica, aos vestígios arqueológicos, monumentos, jardins históricos, representações teatrais e da música clássica, ou mesmo do folclore tradicional, e da cultura dos *arts tourism*, em que se integram os museus e as galerias de arte; com a cultura popular (*low culture*), como sejam itinerários de descoberta e de interpretação, visitas guiadas e teatralizadas, rotas gastronômicas e de vinhos, festivais de música, eventos artísticos, e todas as manifestações de cultura popular representadas, por exemplo, em feiras de artesanato (LIMA, 2003, p. 62).

É importante ressaltar que a proposta desta seção “Turismo e Cultura” tem como objetivo expor uma pequena trajetória teórica sobre os conceitos de turismo, pois o entendimento deste de forma adequada, é de imprescindível importância ao posterior entendimento do segmento do turismo cultural.

Dessa forma, tanto as definições sobre turismo quanto as definições sobre turismo cultural presentes neste trabalho, somadas, são de fundamental importância à compreensão de ambos, já que a denominação “turismo” envolve todos os segmentos da atividade, e a denominação “turismo cultural” refere-se a uma atividade específica de características próprias.

No que se refere especificamente aos conceitos de turismo cultural expostos aqui, faz-se importante a observação de que todos os autores escolhidos trazem sua original e contundente contribuição para o entendimento do referido segmento. No entanto, a definição atribuída por Lima (2003) ao turismo cultural é a que possui maior correspondência com os objetos de estudo propostos a seguir, neste trabalho.

3 FEIRAS POPULARES

Conforme Beni (2000), os atrativos turísticos podem ser divididos em três grandes conjuntos. O primeiro corresponde aos atrativos naturais; o segundo diz respeito aos atrativos histórico-culturais e o terceiro refere-se às manifestações e usos tradicionais e populares. Este último item corresponde a todas as práticas culturais que são tidas como específicas do próprio local ou região que as integram, considerados objetos de apreciação e/ou participação turística como festas, comemorações e atividades, atratividades religiosas, populares e folclóricas, cívicas, gastronomia típica, artesanato, mercados e feiras.⁶

Em meio a essas manifestações, avaliadas como atratividades turísticas, serão tomadas como objeto de estudo a Feira da Praça Matriz, situada em Montevideu – Uruguai e a Feira do Bom Fim, popularmente conhecida como “Brique da Redenção”, situada em Porto Alegre, RS – Brasil, em virtude da diversidade de atrativos turístico-culturais⁷ por ambas ofertadas.

Durante a Idade Média, segundo Vivalda (1996), as feiras tiveram um papel importante na organização econômica da época. Corrigindo a falta de comunicação fácil e rápida, elas representavam o ponto de contato entre produtor e consumidor, atraindo, portanto, gente de locais mais afastados.

O seu aparecimento foi favorecido pelas festividades e cerimônias de culto, como as romarias, as peregrinações e todas as festividades religiosas que atraíam peregrinos vindos de longe, facultando uma ocasião de troca, compra e venda de produtos.

As feiras não contribuíram somente para o aperfeiçoamento e melhoramento das relações econômicas e jurídicas entre os homens, mas tiveram também um papel importante sob o ponto de vista social e cultural. O homem que vivia curvado sobre a terra encontrava uma oportunidade de se expandir, se divertir e desenvolver seu instinto de sociabilidade. Na feira ele obtinha notícias sobre o mundo que o rodeava, ouvia as histórias dos mercadores, as aventuras, as lendas e as tradições de outras regiões. Foi talvez esse contato entre as pessoas que contribuiu para a solidariedade e formação de um sentimento patriota (VIVALDA, 1996).

3.1 A FEIRA DA PRAÇA MATRIZ EM MONTEVIDÉU – URUGUAI

A Feira da Praça Matriz⁸ é popularmente denominada desse modo por situar-se na praça onde se encontra a Igreja da Matriz. Foi inaugurada em 1851 na “Cidade Velha” que faz parte do centro histórico de Montevideu, local em que se originou o povoamento da cidade, mais precisamente, entre as ruas Sarandí e Juan Carlos Gómez.

Quanto à data do início das atividades da feira, não foi encontrada com precisão nas referências consultadas, pois existem controvérsias. No entanto, por meio dos depoimentos orais dos feirantes mais antigos, estes afirmam que o evento teve início por volta dos anos de 1985 e 1986.

Entre 1851 e 1871, a praça foi arborizada e nela instalou-se o símbolo da sua identidade, uma fonte central. Apesar de todas as transformações que tem

sofrido seu entorno, ainda conserva nas suas laterais, majestosas testemunhas que a acompanharam através dos séculos: a Igreja da Matriz ou Igreja da Imaculada Conceição e o Cabildo de Montevidéu. Este serviu como sede carcerária e sede do poder legislativo até 1925.

Também se encontra na praça o Clube Uruguai, famoso pelas festas da alta sociedade do século XIX, em cuja fachada o engenheiro civil Luigi Andrioni harmonizou de maneira admirável diferentes estilos.

Na Feira da Praça Matriz são ofertados os segmentos de antiguidades, artesanatos e diversas manifestações artístico-culturais como apresentações teatrais, musicais, de dança, além de ser utilizada como espaço de manifestações políticas. Quanto à sua periodicidade, ela acontece semanalmente aos sábados, das 10h às 17h.

3.2 O DEPOIMENTO DOS FEIRANTES A FEIRA DA PRAÇA MATRIZ EM MONTEVIDÉU – URUGUAI

No depoimento primeiro, o expositor relata sobre como ocorreu a aceitação de seu trabalho e sua percepção acerca da cultura e do comportamento de seu povo. As Fotografias 1 e 2 evidenciam a originalidade do trabalho do artesão uruguaio, expositor da feira da praça matriz.



Fotografia 1: Feira da Praça Matriz – artesanato
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 2: Feira da Praça Matriz – objeto artesanal
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Depoimento 1:

Eu levei mais de um ano para vender os primeiros (objetos), e um amigo me dizia, “não desista, não desista”, pois a gente tenta alguns meses e se não vende nada, a gente pensa: “isto é horrível! Não venderei a ninguém” ou “algo errado tem! O negócio é que o gosto do uruguaio é muito clássico, inclusive na vestimenta e em tudo nos custa mudar [...] o uruguaio custa mudar mas quando se anima é igual a todas as pessoas, [...]”. Então levei muito tempo para vender os primeiros (trabalhos), quase um ano, e depois vinham as pessoas em bando, esvaziavam minha banca, já vinham com a idéia de onde iriam colocar em suas casas meus objetos, compravam para presentear os amigos. Ou seja, precisou de uma etapa para ser aceito, um produto novo não é aceito em seguida [...], o uruguaio é muito crítico, somos muito críticos, assim foi. Agora tento manter o que eu faço, fazendo-o bem, e seguir difundindo este trabalho”. Expositor de instrumentos musicais de sua própria criação, feitos de fios coloridos e sementes secas.

No segundo depoimento, o da expositora de camisetas estampadas com desenhos de artistas uruguaios e tambores de candombe (dança local), ela relata a origem dos turistas que visitam à feira e a importância da cultura do candombe como tradição local. A Fotografia 3 retrata os trabalhos de autoria do filho da entrevistada.



Fotografia 3: Feira da Praça Matriz – camisetas e tambores artesanais

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Depoimento 2:

Olha, eles (os turistas) vêm de diversas partes, mas muitos são espanhóis, argentinos neste momento, porque está havendo aqui um encontro de catalães, mas muitas pessoas que vêm nesses cruzeiros que estão sendo promovidos agora, de diversas partes da Europa, muito espanhol e dos Estados Unidos também, segundo de onde venham os cruzeiros e as excursões, já os tambores, servem para tocar, ou seja, para fazer o candombe⁹ que é algo uruaio. O candombe é tradição do Uruguai, não é uma tradição pessoal (ela quer dizer que não é uma tradição de sua família), é uma tradição do país, o candombe é tocado desde a época dos negros escravos.

No depoimento terceiro, o expositor de livros, pinturas, fotografias antigas, postais dentre outros colecionáveis relata o hábito de preservação da cultura de um modo geral, por parte dos uruguaios, definindo a feira como “um museu da memória”.

Depoimento 3:

Somos um país muito “memorioso” e estamos muito aferrados a nossas raízes, e somos muito conservadores, é um país onde as pessoas guardam tudo, como guardam tudo está preservado e nós conseguimos depois encontrar [os objetos], e poder “ubica-los” novamente para que as pessoas os vejam, é como um museu vivo, [...] é um museu da memória, diria eu, sobre esta feira. Minha proposta é de livros usados, no sentido de livro antigo de livro “agotado” [esgotado, exemplares que não possuem mais edição], de livros raros, com um perfil predominantemente uruaio e algo de latino-americanos. Também vendo quadros, pinturas originais, postais antigas, fotos antigas e objetos colecionáveis. Eu me abasteco em outras feiras, com colecionadores e com casas de família nas quais compro bibliotecas.

3.2.1 O Brique da Redenção – Porto Alegre – RS – Brasil

A feira do Brique da Redenção localiza-se no parque Farroupilha, popularmente chamado de parque da Redenção, situado no bairro do Bom Fim em Porto Alegre, mais precisamente nos canteiros centrais da Avenida José Bonifácio. Conforme Abrahão (1997), o Brique deu início às suas atividades em 1978.

Nele são ofertados os segmentos de artesanato, antiguidades, alimentos caseiros e a “Arte na Praça” (reunião de artistas plásticos, como pintores e escultores que expõem seus trabalhos). Entre os diferenciais que a feira possui destaca-se o de ser um espaço de cultura e lazer, aberto a todos os tipos de manifestações políticas, bem como populares e folclóricas. Quanto à sua periodicidade, o Brique acontece todos os domingos, das 09h às 16h.

Segundo Abrahão (1997, p. 20), o Brique da Redenção é uma feira única, com características próprias, não existindo outras similares no Brasil. Essa feira foi inspirada e se constituiu nos moldes de feiras uruguaias e argentinas, em especial de Tristán Narvaja e de San Telmo.

Dentre outras atrações, que não a feira, o parque da Redenção oferece um irresistível passeio

entre as árvores centenárias e espécies nativas do Rio Grande do Sul e do Brasil, sobretudo durante a primavera, quando os ipês roxos e amarelos sublimam a paisagem do local. Dentre os 45 valiosos monumentos em cobre e mármore presenteados por vários países e instalados em sua área, destacam-se a fonte luminosa, produzida em Nova Iorque e inaugurada em 1935 e o Monumento do Expedicionário, de autoria de Antônio Caringi, inaugurado em 1953, representando um duplo arco do Triunfo com esculturas em relevo que homenageiam os pracinhas da Segunda Grande Guerra.

Assim, para os turistas que freqüentam o Brique da Redenção, esses atrativos periféricos aumentam consideravelmente suas possibilidades de poder desfrutar do parque.

3.2.2 O depoimento dos feirantes do Brique da Redenção – Porto Alegre (RS) Brasil

No quarto depoimento, a expositora de camisetas em estamparia relata aproveitar a confecção do seu produto para divulgar aspectos da cultura gaúcha aos visitantes da feira. A Fotografia 4, apresenta o trabalho da expositora do Brique.



Fotografia 4: Brique da Redenção – camisetas em estamparias

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Depoimento 4:

A camiseta é um suporte, hoje, urbano e universal, mas ela retrata a cultura do Rio Grande do Sul no sentido em que expressa através da estamparia elementos e pontos turísticos característicos

do RS, até muitas vezes estampas que traduzem o comportamento. Eu convivo com o Brique da Redenção desde que ele foi fundado, e pra mim ela (feira) é assim, além de ser um ponto de comercialização de um artigo diferenciado que são as minhas camisetas, também significa um alimento até pra própria criação, porque aqui nesse universo é que eu busco muitos dos meus referenciais pra depois transpor para as camisetas (Adelaide Canozzi).

No quinto depoimento, a expositora de embalagens e bonecas em tecido, em seu relato registra seu apreço pela feira e o orgulho que sente de que seu trabalho seja levado por turistas do mundo inteiro. O trabalho da expositora foi registrado na Fotografia 5.



Fotografia 5: Brique da Redenção – artesanato em tecido
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Depoimento 5:

Aqui têm muitas coisas bonitas para as pessoas virem visitar, ver, existem muitas feiras, mas como essa aqui não tem. Eu digo para os meus parentes que não moram aqui para virem a esta feira, porque é uma feira linda mesmo. Eu me sinto orgulhosa de que minhas coisas viagem para um lugar que eu não conheço, às vezes os turistas me dizem de onde são, também já vendi para Alemanha, uma senhora que veio de lá levou para os parentes, ela achou muito bonito.

No sexto depoimento, a expositora de capelinhas feitas em madeira e colagem, em sua fala destaca o significado que a feira representa a ela, como

também enfatiza a importância da feira como passeio cultural. Seu trabalho foi registrado na Fotografia 6.



Fotografia 6: Brique da Redenção – capelinhas

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Depoimento 6:

Pra mim o domingo é sagrado, a feira é meu sustento, é da feira que eu pago tudo, toda minha vida, então minha segunda feira começa em função da feira que eu fiz no domingo, então significa tudo, é meu trabalho mesmo, meu meio de vida. Eu participo de outras feiras, mas a venda boa mesmo pra mim é sempre as de domingo. O Brique é tradição, é conhecido em todos os lugares, um lugar gostoso de ver, de passear, o parque em si todo. Eu recomendo que as pessoas venham porque o local é bonito, as pessoas que vem são bonitas, tudo o que acontece aqui é interessante, além da feira, das vendas, as pessoas vem pelas atrações culturais que tem no parque, o domingo todo é importante.

3.2.3 Depoimentos dos feirantes dos dois países acerca do fluxo turístico das respectivas feiras

Depoimento 7: Expositora de artigos em couro do Brique da Redenção:

O produto que tu estás vendendo tu tá falando com a pessoa que faz, né, então a gente conversa muito, as pessoas perguntam muito pra gente, o que se faz na cidade, que outros passeios tem, o turista quando vem aqui na feira, ele pergunta muito a gente conversa bastante, faz-se essa troca com os expositores,

nós acabamos meio que apresentando os lugares da cidade que achamos interessantes, é uma troca mais que somente a parte comercial de venda e compra, né?

Depoimento 8: Expositora de camisetas no Brique da Redenção:

O espaço de uma feira é um espaço público onde acontecem várias manifestações culturais, e é onde o povo expressa realmente a sua forma de viver o cotidiano. Então, hoje aqui no Brique da Redenção, de cada dez pessoas que passam cinco carregam o chimarrão e a garrafa térmica debaixo do braço ou a maeira, então isso já é uma forma de se ver como é que se comporta o povo gaúcho. De outra maneira, todo tipo de comportamento existe, as manifestações artísticas, o relacionamento entre as pessoas do lugar, tudo isso é uma maneira do turista absorver o cotidiano do povo gaúcho.

Depoimento 9: Expositora de artefatos em tecido no Brique da Redenção:

As pessoas que vêm de fora me perguntam se eu compro pronto, eu digo que não, que eu é que faço e eles acham muito bonito.

Depoimento 10: Expositor de cuias decoradas no Brique da redenção:

Nosso folclore é tão rico que eu posso fazer vários desenhos em várias cuias sem nunca repetir [...] em épocas que tem movimento na cidade, para turistas minha mercadoria é muito vendável além de ser um produto de utilidade que faz parte da indumentária gaúcha [...] a coisa mais representativa do RS é o chimarrão e o churrasco. Sem eu saber comecei a trabalhar com um produto altamente representativo e vai continuar sendo [...] vendo peças para o mundo inteiro, França, Itália, África, Estados Unidos e Alemanha.

Depoimento 11: Expositor de livros, pinturas, fotografias antigas, postais dentre outros colecionáveis, na Feira da Praça Matriz:

Quanto ao movimento turístico que frequenta a feira, é de todo o mundo, predominantemente argentinos e brasileiros. Argentina e Brasil porque são países limítrofes, pouca gente do Paraguai e pouca gente do Chile, mas no período de dezembro a março chegam ao nosso país os cruzeiros que vêm de todo o mundo. E aí sim, há presença de americanos e de europeus, absolutamente de toda a Europa e que apreciam com grande interesse esta proposta [a feira]. O que chama muito a atenção deles [turistas] é primeiramente o nível que possui o vendedor [feirante], e também a mercadoria que nós exibimos, pois são mercadorias bastante raras de encontrar.

Depoimento 12: Expositora de Camisetas na Feira da Praça Matriz:

Eles (os turistas) vêm de diversas partes, muitos espanhóis, argentinos neste momento, porque está havendo aqui um encontro de catalães, e muitas pessoas que vêm nesses cruzeiros que estão sendo promovidos agora, de diversas partes da Europa, e dos Estados Unidos também, conforme a procedência dos cruzeiros e das excursões. A proposta do nosso trabalho, chama muito a atenção, camisetas com estampas de obras de pintores uruguaios. Nós explicamos a eles que nossa visão é a de que se eles levem uma recordação do Uruguai e que esta seja uma recordação de alta qualidade.

3.2.4 Análises e discussões

As feiras populares em questão, se caracterizam por espaços onde a cultura se manifesta de forma material e imaterial; de forma material, quanto aos produtos ofertados: artesanato, objetos de arte e antiguidades, criações culturais oferecidas de maneira organizada e regular.

Tanto no Brique como na feira da Matriz, os visitantes podem apreciar o artesanato indígena, tendo como expositores os próprios índios, conforme as Fotografias 7 e 8.



Fotografia 7: Feira da Praça Matriz

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 8: Brique da Redenção

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 9: Feira da Praça Matriz – antiguidades

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

As manifestações de cultura material foram registradas nas Fotografias 9, 10, 11 e 12 destacando os segmentos de antiguidades e obras de arte em ambas as feiras.



Fotografia 10: Feira da Matriz – objetos raros
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 11: Brique da Redenção – obras de arte
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 12: Brique da Redenção – obras de arte
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

No segmento de antiguidades, encontram-se vários tipos de louças, jóias, discos, relógios, aparelhos de som, moedas, revistas dentre outros. Aqui, o visitante pode apreciar uma verdadeira aula ao ar livre sobre os usos, comportamentos e culturas de épocas passadas.

A cultura nas feiras também se manifesta de forma imaterial mediante apresentações artísticas, como dança, música, teatro, etc., como também, por meio de outras manifestações públicas diversas, como campanhas em geral, expressando, assim, sua autenticidade. As Fotografias 13 e 14 registram as apresentações teatrais nas feiras.



Fotografia 13: Feira da Praça Matriz – manifestações teatrais
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 14: Brique da Redenção – manifestações teatrais

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

As “estátuas vivas” são apresentações teatrais presentes nas duas feiras. Constituem-se como manifestações artísticas de grande sucesso entre o público, pois interagem de forma simpática e divertida. As Fotografias 15 e 16 registram um desses momentos na feira em Montevideú.



Fotografia 15: Feira da Praça Matriz – “Estátuas Vivas”

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 16: Feira da Praça Matriz – “Estátuas Vivas”

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Dentre as apresentações musicais e de dança, a Fotografia 17 registra a apresentação de Capoeira.



Fotografia 17: Brique da Redenção – capoeira

Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Fazem parte também das atratividades de cultura imaterial as manifestações públicas e políticas, por meio de campanhas diversas, registradas nas Fotografias 18, 19 e 20.



Fotografia 18: Brique da Redenção – campanha pública
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 19: Brique da Redenção – Campanha Pública de adoção de cães
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).



Fotografia 20: Brique da Redenção – Campanhas Políticas
Fonte: Paola Luciana Rodriguez Peciar (2003).

Após a constatação da diversidade cultural encontrada nas duas feiras, manifestando-se tanto de forma material como imaterial, faz-se necessário a reflexão sobre os depoimentos dos feirantes. Durante a pesquisa de campo, pôde-se observar que para a maior parte dos feirantes, as feiras são seu “ganha pão”, sua fonte de renda.

No entanto, a maioria dos depoimentos ressaltou que, independentemente do simples fato da compra e venda de produtos, surgem dessas relações outras que não são comerciais.

O turista, segundo os depoimentos coletados, por meio da compra busca nesses eventos interagir-se com o nativo, primeiramente fazendo-lhe perguntas sobre os produtos que estão sendo ofertados. Essas perguntas são freqüentemente acerca da confecção dos produtos; no caso dos segmentos de artesanato e obras de arte, e também sobre a procedência e a historicidade dos produtos, no caso do segmento de antiguidade.

É importante ressaltar que, segundo os depoimentos coletados e por meio do método de observação participante, o inter-relacionamento entre os turistas e os feirantes, estes representantes da comunidade local, procede-se com harmonia e respeito.

Isso é um ponto elementar para o desenvolvimento do turismo cultural, pois conforme Fellini (1983, p.14), “a população local envolve-se direta e indiretamente com a produção de turismo; isso, pela própria peculiaridade desta atividade: a presença do consumidor no local de produção.”

Por intermédio da pesquisa bibliográfica, constatou-se que as feiras Brique da Redenção em Porto Alegre e da Praça Matriz em Montevidéu possuem um curioso ponto em comum: ambas são inspiradas, dentre outras feiras, nos moldes da feira de Tristán Narvaja de Montevidéu.

Essa feira foi inaugurada em 1909, criada inicialmente com a finalidade de promover a agricultura. Hoje, percorrer essa feira é uma verdadeira festa para os olhos, considerada como um dos eventos mais típicos de Montevidéu, onde se expressa a identidade de sua gente.

A feira de Tristán Narvaja oferece desde frutas e hortaliças até objetos raros, bem como artigos falsificados, roupas, mudas de plantas, animais, peças de automóveis, livros, discos, móveis, brinquedos dentre outros.

Enfim, costuma-se dizer que aquilo que não se acha na feira de Tristán Narvaja é por que não existe. Segundo Vivalda (1996), o visitante dessa feira pode encontrar desde as mais simples falsificações até mesmo autênticas peças de cristal assinadas pelo francês Émile Gallé.

Outro ponto comum entre as feiras do Brique da Redenção e da Praça Matriz é quanto às ofertas; ambas possuem os segmentos de artesanato, obras de arte e antiguidades, mas com algumas variantes. Na feira da Praça Matriz, o segmento dominante é antiguidades, já no Brique, pode-se dizer que o segmento de artesanato é o que predomina, aparecendo também um pequeno comércio de alimentos (lanches) que não consta na feira da Praça Matriz. Ambas são ricas em manifestações culturais periféricas, como apresentações teatrais, musicais e de dança. O Brique possui o setor chamado “Arte na Praça” em que predominam as obras de arte como esculturas e pinturas; já na feira da Praça Matriz, esses objetos encontram-se misturados com outros segmentos.

Os dois eventos, por serem acontecimentos semanais, vivenciados por suas respectivas comunidades, tornam-se uma alternativa de atrativos turístico-culturais que fogem do convencional, diferentes daquelas atrações dependentes da sazonalidade.

A inter-relação do nativo com o turista é muito rica, sendo que para este último “a comunidade forma um microcosmo representativo da sociedade inteira à qual ela pertence, permitindo apreender a totalidade da cultura dessa sociedade.” (HERPIN apud CUCHE, 1999, p. 100).

Ora, uma coligação de feirantes constitui um agrupamento social, portanto, formam uma comunidade, e como tal, representam a cultura da sociedade a qual pertencem, seja pelo seu comportamento, seja por suas produções.

Quanto à organização das feiras e dos feirantes, o Brique é institucionalizado pela Prefeitura de Porto Alegre e coordenado pela Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio (SMIC). Este evento também é administrado por uma Comissão Deliberativa, que se reúne mensalmente por subcomissões e pela Assembléia Geral, formada pelos expositores.

Já a Feira da Matriz é coordenada por uma comissão que pertence à Prefeitura Municipal de Montevideú. Essa comissão faz-se responsável também pelas demais feiras municipais. Os feirantes da Matriz também possuem uma comissão administrativa, formada por eles mesmos. Atualmente, essa comissão encontra-se em processo de oficialização jurídica, a fim de que os feirantes possam obter melhores resultados sobre as reivindicações feitas à comissão da Prefeitura Municipal.

A escolha desses eventos como estudo de caso nesta proposta de trabalho, ocorreu em virtude da importância e destaque dessas feiras. Elas possuem uma característica diferencial de outras feiras, que é a de se constituírem como espaços de cultura e lazer, abertos a vários tipos de manifestações, tanto populares como folclóricas.

Assim, a feira da Praça Matriz e o Brique da Redenção são eventos legítimos e vivenciados pela população local, independentemente da visitação de turistas. Nesse âmbito, pode-se partir de dois pressupostos:

O primeiro, que todo indivíduo ou coletividade possui uma cultura, isto é, produz saberes que se manifestam em produtos que incorporam carga simbólica. Segundo: não se produz uma cultura para turista. Cultura é um insumo turístico importante, mas é aquela cultura viva, praticada pela comunidade em seu cotidiano. Não é um espetáculo que inicia quando o ônibus do visitante chega, mas uma atividade que a comunidade exerce rotineiramente. (GASTAL, 2001, p. 129).

Para tanto, a prática do turismo cultural é aquela que tem por finalidade o enriquecimento da personalidade humana por meio de informações, conhecimentos e contatos oriundos das experiências de viagem.

Todavia, a sua efetivação dependerá do tipo de motivação que leva o turista ao seu destino, devendo-se levar em conta que diferentes tipos de turistas produzem distintas modalidades de experiências turísticas. Nesse sentido, Labate (apud BARRETTO, 2001) evidencia que as distintas motivações dos turistas é que irão definir as relações com os povos que visitam, desde o contato superficial até uma convivência mais próxima e participativa.

Para MacCannel (apud URRY, 1996, p. 24), todos os turistas personificam a busca pela autenticidade, e essa busca é uma versão moderna da preocupação humana universal com o sagrado. Segundo o autor:

O turista é uma espécie de peregrino contemporâneo, procurando autenticidade em outras “épocas” e em outros “lugares” distanciados de sua vida cotidiana. Os turistas demonstram um especial fascínio pelas “vidas reais” dos outros, que, de certo modo possuem uma realidade difícil de descobrir em suas próprias experiências.

4 CONCLUSÃO

Partindo-se da premissa que o turismo cultural prima pela apreciação e compreensão de manifestações culturais diversas, bem como pela busca de maior interatividade com as comunidades receptivas, é que foram escolhidas duas feiras populares como objeto de estudo, pois estas caracterizam-se como locais ricos de expressão cultural das respectivas comunidades às quais pertencem.

Por intermédio da pesquisa de campo, constatou-se que as feiras Brique da Redenção e da Praça Matriz possuem uma vasta e diversificada pluralidade cultural. Essa pluralidade se manifesta mediante ofertas tangíveis, que são os segmentos de artesanato, arte e antiguidade, e de ofertas intangíveis, que são as manifestações artísticas, bem como, o próprio comportamento da comunidade local, revelado em seus usos, costumes e diversas formas de expressão.

Outra constatação importante diz respeito aos fatos que, por vezes, acredita-se que são particulari-

dades locais. Estes possuem correspondência em outros países, alguns semelhantes, outros com pequenas variantes ou características da região onde estão inseridos.

Os segmentos das feiras são muito ricos em atratividade cultural. Por exemplo, um objeto artesanal traz em si diferentes valores que permeiam sua idealização, podendo apresentar-se de forma funcional e/ou decorativa. Por outro lado, objetos do segmento das antiguidades podem definir a identidade de um indivíduo ou da família que herdou esses objetos, portanto a eles atribui-se a capacidade de evocar o passado.

As feiras tomadas como estudo de caso não se configuram somente como um espaço econômico de produção e comercialização. Elas são também espaços culturais, criando, por meio das relações que lá se estabelecem, uma necessidade de que possuam uma classificação própria. Nesse sentido, pela diversidade de atrativos que esses espaços oferecem, as comunidades locais os adotaram como lugares de encontro de familiares e amigos. As pessoas que lá circulam são de todas as faixas etárias desde jovens e crianças até pessoas idosas.

Essa característica é fundamental dentro de uma proposta de Turismo Cultural, pois oportuniza ao visitante um convívio, mesmo que breve, com os nativos bem como suas expressões e costumes, visualizando um encontro genuíno entre um povo e sua cultura.

Dessa forma, concluiu-se que o turista pode visualizar as feiras Brique da Redenção e da Praça Matriz como um “cartão de visitas” que lhe proporciona uma idéia da cidade, dos costumes e da cultura local, e essas características fazem desses eventos um verdadeiro pólo de atração turística, cultural e de lazer.

Cultural tourism: a glance on the attractiveness expressions found in the popular fairs of the Brique da Redenção in the city of Porto Alegre – RS, Brazil and in the fair of the Praça da Matriz in Montevideo, Uruguay.

Abstract

The cultural tourism is an activity that allows us accessing the cultural patrimony of a community, that is, all that is created by man as well as its usages and habits aiming at their preservation. Starting from that reflection the subject of the present study has been chosen taking in to account that through It, the tourist have the opportunity of knowing some aspects of life and of the receptive community thought. Thus, the present paper has analyzed two popular fairs once that they are considered as being affluent spots in several cultural expressions. However, these expressions which do not are exclusively produced with the intent of receiving tourists have appeared and are accomplished independently from this last one. In this sense, their basic characteristics are made of spontaneous expressions and for consequence genuine. The Brique da Redenção in the city of Porto Alegre, Brazil and the Fair of Praça Matriz in Montevideo, Uruguay were the researched fairs. Bibliographic researches and in loco observations were applied in order to determine the respective offers which are characterized as tourist - cultural attractions in these events. Thus, through the analysis of two fairs, the present paper aims to propose the observation and the discussion about the attractions that allow the tourist to know the culture and the daily of the hostess communities.

Keywords: Cultural tourism. Popular fairs. Attractiveness expressions.

Notas Explicativas

¹ Trabalho final de Graduação no Curso de Bacharelado em Turismo do Centro Universitário Franciscano – Unifra.

² A oferta turística é constituída por um conjunto de elementos que compõe o produto turístico.

³ A demanda turística corresponde aos indivíduos que realizam as viagens, podendo ser efetiva (aquela que já consome determinado produto turístico), ou potencial (aquela que tem condições para consumir esse produto mas não o faz por alguma razão).

⁴ Holístico: que busca tudo abranger, que é totalizante. (Dicionário Enciclopédico Koogan Larousse).

⁵ Indivíduos que residem habitualmente na localidade turística.

⁶ Feiras são locais de compra e venda de produtos tradicionais da região, que podem estar instalados em local fechado ou ao ar livre, funcionando com frequência diária ou semanal.

⁷ Atrativos turístico-culturais são todas as manifestações históricas, artísticas e culturais, concretizadas em prédios, monumentos, museus entre outros, bem como manifestações que evidenciem valores típicos de determinados grupos humanos que podem ser perceptíveis no folclore, no artesanato e na gastronomia.

⁸ Oficialmente a praça chama-se “Convención”. O fato de nela estar situada a igreja da Matriz faz com que esta popularmente denomine tanto a praça quanto a feira.

⁹ Candombe (de origem africana): música; batuque dos negros do rio da Prata. (Dicionário da Língua Portuguesa. Aurélio Ferreira).

REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Maria Helena Menna Barreto. **Brique da Redenção**. Porto Alegre: Edipucrs, 1997.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1992.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Teoria Geral do Turismo. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. 2. ed. v. 1. São Paulo: Senac, 2001, p. 11-33.

BAPTISTA, Mário. **Turismo: competitividade sustentável**. São Paulo: Verbo, 1997.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 4. ed. Campinas: Papirus, 1998.

_____. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: BRUHNS, Heloisa Turini; LUCHIARI, Maria Tereza D. P.; SERRANO, Célia (Org.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000, p. 17-27.

_____. **Turismo e Identidade Local**: uma visão antropológica. Campinas, São Paulo: Papirus, 2001.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2000.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo**: análise e organização. Porto Alegre: Sulina, 1975.

_____. **Turismo**: atividade marcante no século XX. 2. ed. Caxias do Sul: Educs, 1990.

COELHO, T. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. São Paulo: Edusc, 1999.

FELLINI, Lourdes. **Turismo, uma atividade municipal**. Porto Alegre: EST, 1983.

GASTAL, Susana. Turismo & Cultura: por uma relação sem diletantismos. In: GASTAL, Susana (Org.). **Turismo**: 9 propostas para um saber-fazer. 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2001, p. 117-129.

IGNARA, Luis Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

LICKORISH, Leonard J.; JENKINS, Carson. **Una Introducción al Turismo**. Espanha: Síntesis, S.A, 1977.

LIMA, Carlos. Turismo Cultural: que formação? In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo na Pós-modernidade, (des)inquietações**. Porto Alegre: Edipucrs, 2003, p. 61-68.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo Básico**. 3. ed. São Paulo: Senac, 1999.

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

VIVALDA, Alfredo. La Feria de Tristán Narvaja. Montevideo: Arca, 1996.