

MEMORIA E IDENTIDAD EN LA FERIA DE PRAIA GRANDE (BRASIL)**Potencial para el turismo cultural**

Karoliny Diniz Carvalho*
Maria de Lourdes Netto Simões**
Universidade Estadual de Santa Cruz
Ilhéus - Bahia, Brasil

Resumen: El presente artículo busca reflexionar sobre la Feria de Praia Grande, localizada en el Centro Histórico de São Luís do Maranhão como un espacio que preserva la memoria y la identidad local; analizando las posibilidades para su aprovechamiento en el ámbito de la oferta recreativa y turística de la ciudad. La fundamentación del estudio está dada por las referencias a la memoria, la identidad y el patrimonio cultural, como recursos para el segmento de turismo cultural. Se parte de un abordaje cualitativo, mediante una investigación bibliográfica y de campo. A través de las entrevistas realizadas a los pobladores y comerciantes, se intentó analizar los múltiples significados y valores atribuidos a la Feria por los actores sociales. Se comprobó que la Feria de Praia Grande se establece como un patrimonio afectivo para la comunidad local, y es considerado un importante testimonio de las experiencias individuales y colectivas. Se concluye que la Feria de Praia Grande, como elemento de atracción turística, contribuye al enriquecimiento de la relación entre turistas y residentes; y a la valoración del patrimonio a través del aprovechamiento cultural sustentable.

PALABRAS CLAVE: patrimonio cultural, turismo, identidad del lugar, memoria cultural, investigación cualitativa, feria de Praia Grande (Brasil).

Abstract: Memory and Identity in the Praia Grande Fair in São Luis, Maranhao, Brazil. Chances for Cultural Tourism. This essay seeks to reflect about the Praia Grande Fair, located in the Historic Center of São Luis, Maranhao, as a space maintainer of memory and local identity, discussing the possibilities for its use in connection with the provision of leisure and tourism in the city. As theoretical direction for rationale of this work, the study links issues about memory, identity and cultural heritage, emphasizing it as a resource for the cultural tourism segment. Starting from a qualitative approach, through a literature search and field, it was analyzed, from the content of interviews with residents and merchants of the neighborhood, multiple meanings and values assigned to the Fair by social actors. It was found that the Praia Grande Fair is configured as affective heritage for the local community and is considered an important witness to the individual and collective experiences. It is concluded that the Praia Grande Fair as part of tourist attractiveness tends to contribute to the enrichment of the

* Maestranda en Cultura y Turismo por la Universidad Estadual de Santa Cruz (UESC- BA), Brasil. Becaria de la Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB), Brasil. Licenciada en Turismo por la Universidad Federal do Maranhão (UFMA), Brasil. E-mail: karol27_turismo@yahoo.com.br.

** Cuenta con un pos-doctorado en Literatura Comparada y Turismo Cultural por la Universidad Nova de Lisboa, Portugal y es Doctora en Estudios Portugueses por la misma universidad. Se desempeña como Coordinadora del grupo de investigación Identidad Cultural y Expresiones Regionales (ICER) en la Universidad Estatal de Santa Cruz (UESC) Ilhéus - Bahía, Brasil. También se desempeña como consultora en proyectos relacionados con literatura, cultura, turismo, memoria e identidad. Email: ticasimoes@uol.com.br

relationship between tourists and residents and for the appreciation of heritage by means of profiting based on the principles of cultural sustainability.

KEY WORDS: *cultural heritage, tourism, identity of place, cultural memory, qualitative research. Praia Grande Fair (Brazil).*

INTRODUCCIÓN

El patrimonio cultural configura materialidades y subjetividades que se manifiestan en los espacios comunitarios por medio de los cuales se evoca la memoria y las identidades plurales. En este sentido, las ferias y mercados populares, además de formar parte del patrimonio cultural de una determinada comunidad, resultan espacios apropiados (material y simbólicamente), reactualizados e intrínsecamente relacionados a las demandas de las sociedades contemporáneas, en las cuales se incluye el trabajo, el comercio y el turismo.

El presente artículo estudia la Feria de Praia Grande, ubicada en el Centro Histórico de São Luís do Maranhão, como un espacio que intenta mantener la memoria y la identidad local analizando las posibilidades para su aprovechamiento turístico.

El comportamiento, las costumbres populares, las prácticas socio-culturales y las manifestaciones tradicionales que caracterizan a la Feria de Praia Grande como elemento del patrimonio cultural local, pueden constituirse en un importante atractivo turístico del barrio de Praia Grande. Su potencial para el turismo cultural puede contribuir a una mayor aproximación entre visitantes y anfitriones, propiciando el diálogo y la interacción sociocultural y generando beneficios sociales y económicos; además de fortalecer los lazos afectivos de la comunidad local en relación a su patrimonio.

Partiendo de un abordaje cualitativo (Minayo, 1999), se realizó una investigación bibliográfica, analizando los conceptos sobre patrimonio cultural (Castillo-Ruiz, 2006 en Zanirato e Ribeiro: 2006), memoria (Le Goff, 1996), identidad (Castells, 1999; Hall, 2001; Canclini, 2000), y Turismo Cultural (Alfonso, 2003; Costa, 2009).

La investigación de campo contempló la realización de entrevistas semi-estructuradas a la comunidad de Praia Grande, en el Centro Histórico de São Luís do Maranhão. La recolección de datos se llevó a cabo en febrero de 2010 durante tres días, en los lugares donde la circulación de gente era más intensa.

Por medio de una muestra no probabilística por juzgamiento y saturación (Dencker, 1998), se entrevistaron 15 actores locales, entre comerciantes y residentes. Para el tratamiento de la información obtenida, se eligió la técnica de análisis de contenido; y su objetivo fue identificar las

categorías, patrones y relaciones que emergen de los enunciados de los sujetos de investigación (Bardin, 1985; Apolinário, 2006).

Inicialmente, se realizó una lectura sistemática de los contenidos de las entrevistas y luego se transcribieron, decodificaron, analizaron e interpretaron los datos recolectados. A través de la información obtenida se intentó conocer los diferentes usos y prácticas sociales y las diversas significaciones de la Feria de Praia Grande; así como su potencial para el aprovechamiento turístico. Este trabajo se completó con una observación no participante y con el registro fotográfico del lugar.

En este artículo se incluyó una breve alusión a las relaciones entre patrimonio, memoria e identidad, destacando las ferias y mercados populares como espacios de referencias culturales. Luego se trabajó sobre la formación, la importancia actual y la capitalización de la Feria de Praia Grande por medio del segmento de turismo cultural. Posteriormente, a partir de las entrevistas realizadas, se analizó la feria como un lugar que adquiere una función material y simbólica al relacionarse intrínsecamente a lo cotidiano y a las prácticas socioculturales presentes en Praia Grande.

El artículo contempla las posibilidades y desafíos que surgen al estructurar ese espacio como producto turístico, haciendo hincapié en la necesidad de una planificación sustentable que busque mantener las características históricas y arquitectónicas, así como las especificidades culturales de la Feria de Praia Grande. Estos elementos podrán darle a la feria el diferencial que necesita para competir en el ámbito de la globalización y de la fragmentación de identidades característica de las sociedades actuales.

PATRIMONIO CULTURAL: ENTRE LA MEMORIA Y LA IDENTIDAD

El patrimonio cultural entendido como testimonio de las diversas vivencias de los grupos sociales, como miembros de una colectividad, presenta variados matices; considerando los aspectos tangibles y espirituales que dan sentido y significado a las producciones culturales transmitidas de generación en generación. El mismo incluye todos los saberes y haceres populares, las fiestas y celebraciones, la gastronomía, las artesanías, el patrimonio histórico-arquitectónico, la religiosidad; o sea, toda elaboración material y simbólica de los grupos sociales *partícipes* de un integrado y complejo sistema de representación simbólica.

Por medio de él, los individuos establecen intercambios culturales, manifestando sus vínculos identitarios. Para Castells (1999:23), la identidad es un proceso social y la define como las *fuentes de significados y experiencias construidas [...] a partir de la materia prima que provee la historia, la geografía, la biología, las instituciones de poder y las revelaciones de cuño religioso*. Tales significaciones son constantemente remodeladas y construidas, y obedecen a procesos de selección

y apropiación por parte de los grupos sociales, de acuerdo con determinado momento o contexto histórico.

La identidad se afirma primero como un proceso de diferenciación interna y externa, de identificación de lo que es igual y de lo que es diferente; y luego, como un proceso de integración u organización de las fuerzas diferenciales, que distribuye los diversos valores y privilegia la acentuación de alguno de ellos. (Sodré, 1999: 45)

Los individuos establecen determinados elementos que son entendidos como características distintivas de su cultura, las cuales fundan la construcción de las identidades. Hoy en día, las identidades sufren constantes procesos de hibridación cultural, lo que resulta en la formación de individuos que asumen diferentes posiciones o referencias identitarias (Canclini, 2000).

En este contexto, el patrimonio cultural es entendido como el *conjunto de elementos naturales o culturales, materiales o inmateriales, heredados del pasado o creados en el presente, en el cual un determinado grupo de individuos reconoce señales de su identidad* (Castillo-Ruiz, 1996 en Zanirato & Ribeiro, 2006).

El patrimonio cultural implica sentidos de permanencia, pertenencia y persistencia, considerándose que la producción material y simbólica de una determinada comunidad se transforma en el eslabón que identifica a un grupo con un *ethos* cultural común; vector de transmisión de memorias individuales y colectivas y de tradiciones, las que son reinterpretadas y reconfiguradas en el presente, aunque mantienen el fundamento original.

La memoria, según Le Goff (1996), no se refiere sólo a la capacidad humana de retener información, sino que se constituye en un proceso permanente de selección e interpretación de determinados recuerdos de hechos y acontecimientos pasados. La memoria está relacionada íntimamente con las experiencias en la sociedad y es reelaborada en el presente como hilo conductor de las relaciones que involucran las subjetividades de los diferentes grupos sociales.

De acuerdo con Pollack (1984) a través de la memoria se intensifica el sentido de pertenencia de los grupos sociales a un pasado u origen común, delimitando fronteras socioculturales. *La memoria es, por lo tanto, un elemento constitutivo de la identidad, tanto colectiva como individual, y es un elemento importante para el reconocimiento y la valoración de individuos o grupos, que refuerza su autoestima* (Murta & Albano, 2002: 125).

Considerando que los recuerdos necesitan elementos que permitan su rememoración, el patrimonio cultural, material e intangible, se revela como lugar de referencia, lugar de memoria (Nora, 1993). En ese sentido, el patrimonio cultural enuncia valores y sentidos que son percibidos e

identificados por los grupos sociales como parte integrante de un repertorio común de vivencias colectivas pasadas y reinterpretadas en lo cotidiano.

El patrimonio cultural es una importante fuente de interpretación de la memoria, del pasado y del presente, y contribuye a revitalizar la identidad local, regional y nacional, en medio de la fragmentación de las identidades que caracteriza a la posmodernidad (Hall, 2001). En este proceso se retoman los valores y las tradiciones locales, integrando determinadas prácticas y manifestaciones socioculturales a las redes globales de producción y consumo cultural, afirmándolas como diferencias.

Este escenario también contribuye a organizar movimientos e iniciativas en pro del derecho a la preservación de las diferentes memorias individuales y colectivas presentes en el *corpus* social. Los monumentos de valor excepcional, representativos de determinados acontecimientos o personajes históricos, se vuelven objetos de preservación de los espacios y prácticas socioculturales con un fuerte contenido simbólico y espiritual para determinadas comunidades; identificados y reconocidos por los actores sociales como parte de su patrimonio.

El objetivo de las políticas actuales de preservación patrimonial es valorar los diferentes patrimonios que se configuran y los contenidos simbólicos que se asocian a ellos, *que pueden ser estructuras arquitectónicas urbanísticas, objetos o actividades; existiendo siempre dentro de una red actual y viva de relaciones entre grupos sociales* (Gonçalves, 2007, 153).

Implícita en ese proceso se encuentra la necesidad de democratizar el derecho a la memoria y a la preservación de los patrimonios de grupos étnico-culturales específicos, y de los espacios sagrados y profanos. Lugares relacionales, que enuncian memorias presentes y pasadas, relevantes por constituirse en espacios de ciudadanía cultural.

Siguiendo esta perspectiva, los lugares populares pueden ser comprendidos como espacios evocadores de la historicidad y del desarrollo comunitario, en sus dimensiones materiales e intangibles, donde las diversas memorias de los segmentos populares se encuentran enraizadas. En ese sentido, se pueden caracterizar como sitios de pertenencia (Zaoual, 2006), reveladores de vivencias, creencias, ritos, rituales, celebraciones, costumbres y estilos de vida de las comunidades.

De ellos se desprenden voces, silencios, experiencias y conflictos, los cuales permanecen vivos en las subjetividades y en las prácticas cotidianas de los segmentos populares; que los (re) construyen permanentemente. Paralelamente actúan como demarcadores del sentido de singularidad confrontado con la diferencia, manteniendo o fortaleciendo la identidad local. *Lo popular no consiste en lo que el pueblo es o tiene, sino en lo que es accesible para él, en lo que le gusta, en lo que merece su adhesión o en lo que usa con frecuencia [...] Lo popular es dado al pueblo desde afuera* (Canclini, 2000: 261).

Los espacios de interacción colectiva, de vivencia y reciprocidad cultural, poseen un fuerte sentimiento de territorialidad y se traducen en lugares dotados de sentimientos de pertenencia y afectividad. Al ser apropiados por los actores sociales, se vuelven significativos porque muestran hechos o acontecimientos personales, vinculados a la infancia, a las actividades cotidianas, a los encuentros sociales o religiosos, o a las manifestaciones populares tradicionales.

Enriquecidos en la dinámica de las relaciones sociales, los lugares populares emergen como referencias culturales para una determinada comunidad, cuyos valores y sentidos trascienden sus características estilísticas, siendo relevantes para la comprensión de su propia trayectoria cultural.

Las diferentes memorias están presentes en el tejido urbano, transformando espacios en lugares únicos; con un fuerte apego por parte de quienes viven allí o quienes los visitan. Lugares que no sólo tienen memoria, sino que también se transforman en verdaderos lugares de memoria para grupos significativos de la sociedad. (Gastal, 2002:77)

Las experiencias humanas asociadas a los lugares tejen las relaciones entre la memoria individual y la memoria colectiva. Los lugares populares son espacios destinados al uso, a la preservación y a la transmisión de un determinado patrimonio cultural. Es la materialización de las prácticas sociales, de los saberes y del hacer tradicionales.

Las memorias asociadas a los lugares pueden, desde el punto de vista del desarrollo, propiciar tránsitos de visitantes que buscan el contacto con el patrimonio cultural de las comunidades por medio del desarrollo de experiencias y actividades recreativas capaces de producir situaciones de aprendizaje.

En este sentido el patrimonio cultural es entendido como recurso (Yúdice, 2004), y es utilizado como estrategia para el desarrollo socioeconómico de las comunidades, sea por medio de acciones de registro, promoción y difusión de las producciones culturales, o sea por intermedio de las agencias turísticas. Así, muchas localidades han enfatizado la preservación de los diferentes patrimonios culturales, objetos y elementos de significación cultural, bienes simbólicos y manifestaciones populares que denotan el sentido y la personalidad del lugar.

Entre los espacios de la memoria popular se destacan las ferias y los mercados. Sus orígenes se remontan a la Edad Media, y a lo largo de la historia éstos se fueron adecuando a las características de modernización e industrialización de las diferentes sociedades. Mientras tanto, a pesar de las modificaciones sociales, económicas y culturales, las ferias y mercados populares aún subsisten manteniendo su función de intercambio de mercaderías, bienes materiales y simbólicos.

(El mercado) es el lugar predilecto de la oferta y la demanda, del recurso y de lo otro, sin el cual no habría economía en el sentido común de la palabra... El mercado es una liberación, una apertura,

el acceso a otro mundo. [...] se multiplican, transformando a la sociedad en un mercado generalizado. (Braudel, 1996:12).

Ampliando ese concepto, las ferias y mercados populares pueden ser entendidos como espacios tejidos por una red de relaciones sociales y de prácticas culturales, por donde transitan diferentes historias, enredos y personajes. Santos (1996) discute la dimensión material y simbólica del espacio geográfico, definiéndolo como un sistema indisociable de objetos y acciones. En su visión, el espacio geográfico está constituido por formas, objetos y contenidos; o sea, por elementos estáticos, ordenados durante el proceso de apropiación humana, y por un sistema de relaciones sociales y legados culturales surgidos a lo largo de los procesos históricos. Esos elementos les dan singularidad a los espacios, además de dinamismo y apertura a constantes transformaciones.

Los mercados y ferias populares enuncian manifestaciones de la cultura material y simbólica definiéndose como lugares impregnados de reminiscencias, re-semantizados y transformados por los segmentos populares a lo largo de su experiencia cotidiana. Son las personas las que le dan sentido a los espacios, insertan en ellos sus historias y sus *performances* basados en las diferentes posiciones del sujeto (Santos, 2009: 121).

En ellos se observan constantes flujos de relaciones sociales y culturales, circulación de bienes tangibles y manifestaciones culturales, convirtiendo a los espacios en dinámicos y polisémicos. Esa configuración puede ser observada en la Feria de Praia Grande o Casa de las Tulhas, localizada en el barrio de Praia Grande en el Centro Histórico de São Luís do Maranhão (Brasil).

Se trata de un lugar portador de referencias materiales y simbólicas, que está directamente relacionado con el uso cotidiano de la comunidad local, en lo que hace a trabajo y recreación. Un espacio híbrido, de tiempos pasados y futuros, de la memoria individual y social; un lugar turístico y un lugar de singularidad, de diferencia y de semejanza; un lugar constructor de identidades.

LA FERIA DE PRAIA GRANDE: COMERCIO, RECREACIÓN Y TURISMO

El barrio de Praia Grande, principal lugar turístico de la ciudad de São Luís, se caracteriza por la presencia de elementos históricos y culturales que motivan la llegada de visitantes, además de disponer de infraestructura (hospedaje, restaurantes, puestos de artesanías, empresas prestadoras de servicios receptivos) organizada en lugares apropiados y colectivizados por los pobladores, que les dan sentido y significado a la cultura local.

Construida en 1820 bajo el nombre de *Terreiro Público*, la Casa das Tulhas o Feria de Praia Grande, ubicada en el Centro Histórico de São Luís do Maranhão, era un importante emporio comercial, un lugar de depósito y distribución de mercaderías traídas a la ciudad a través del Puerto de Praia Grande (Figuras 1 y 2).

Figura 1 y 2: Detalle de la construcción y Entrada a la Feria de Praia Grande o Casa das Tulhas



Fuente: Guto Cortês (2007)

Ante la pérdida de importancia económica del Centro Histórico y su relativo abandono durante el siglo XIX, la Feria de Praia Grande sufrió un proceso de decadencia, fundamentalmente a partir del surgimiento de nuevas áreas que se presentaban como oportunidades de negocios frente a la declinación del mercado agrícola. En 1947, el poder municipal vendió el espacio a terceros, y se inició una división en boxes que pasaron a ser utilizados por diversos segmentos sociales, tales como marineros estibadores y pequeños comerciantes. Así, la Feria consiguió mantener su función original.

Actualmente, en su exterior se instalan tiendas de artesanías, ropa y mercaderías diversas; y en el interior hay boxes, mesas y puestos donde los feriantes exponen y comercializan diversos productos y artículos regionales, tales como camarón seco, harina, *tiquira* (destilado de mandioca), raíces, condimentos, verduras, y *souvenirs* diversos. La presencia de bares y restaurantes promueve y valoriza la gastronomía regional, destacando los platos y comidas típicas de la capital y del interior del Estado. Se pueden encontrar también, productos característicos de la religión afro-maranhense, tales como velas, imágenes de santos o sahumerios, o hierbas medicinales que alivian los síntomas de determinadas enfermedades (Figuras 3 y 4). La Feria de Praia Grande o Casa das Tulhas muestra múltiples personajes, entre los cuales se destacan los comerciantes, consumidores, turistas y pobladores, que manifiestan diferentes identidades.

La Feria de Praia Grande se configura en un importante espacio para el turismo, para la circulación de personas, de bienes materiales y simbólicos, y de intercambio cultural; y está incluida en las principales rutas turísticas del Centro Histórico de São Luís.

Figura 3 y 4: Boxes de los comerciantes y Productos expuestos a la venta



Fuente: Guto Cortês (2007)

El turismo entendido como uno de los principales factores de tránsito o movilidad de personas, se establece como una actividad cultural, impulsada por el deseo de los grupos sociales de vivir experiencias diferentes a las de su vida cotidiana. La actividad proyecta el patrimonio cultural como instrumento mediador de aprendizaje. Según Moesch (2000: 9) el turismo se constituye en una combinación compleja de interrelaciones entre producción y servicios, en cuya composición se integra una práctica social con base cultural y herencia histórica, a un medio diverso, una cartografía natural, relaciones sociales de hospitalidad e intercambio de información intercultural.

El patrimonio cultural se presenta como un atractivo significativo para los turistas, especialmente para aquellos que buscan en la apreciación de lo otro, un diferencial en relación a las vivencias habituales. En este contexto, conocer la dimensión material y simbólica reelaborada en la cotidianidad de los pueblos y comunidades específicos, a través de sus diversas formas de representación, se constituye en un elemento integrador (Alfonso: 2003); generando oportunidades efectivas de aprendizaje intercultural.

En la dimensión económica de la actividad, se destaca la valoración comercial de los bienes simbólicos en el mercado de consumo cultural, y la formación y comercialización del patrimonio como productos o espacios turísticos. Además, hay que destacar la importancia del turismo cultural para la promoción del desarrollo social y económico en diversas regiones.

El turismo cultural puede ser entendido como un segmento de la actividad turística que por medio de la apreciación, la vivencia y la experimentación directa de los bienes del patrimonio cultural, material e inmaterial y de la mediación de la comunicación interpretativa, proporciona a los visitantes un proceso activo de construcción de conocimientos sobre el patrimonio cultural y su contexto socio-histórico. Este proceso ayudará en la producción de nuevos conocimientos y en la conservación de los bienes visitados (Costa, 2009:190).

La vivencia de los turistas con los elementos del patrimonio cultural puede contribuir al fortalecimiento de las identidades y a la revalorización de la memoria y la cultura local. Al fortalecer el

patrimonio cultural relacionándolo con el presente, el turismo cultural da a la comunidad la oportunidad de aprender sobre su propia historia cultural; destacando las características de las herencias arquitectónicas y la importancia de los elementos culturales para la revitalización de las identidades.

El contacto entre turistas y la comunidad local puede estimular el rescate y la valoración de los elementos integrantes del patrimonio cultural (arte, artesanías, danzas populares, monumentos históricos, religión) permitiendo a la población residente la valoración de su cultura e identidad. A través de la promoción de las singularidades de los destinos turísticos y del encuentro entre alteridades se pueden ampliar las acciones de rescate, preservación y difusión del patrimonio cultural.

Respecto de la práctica turística en los espacios urbanos, la actividad puede estimular acciones de revitalización de Centros Históricos y puede contribuir a sensibilizar a los residentes sobre la importancia de la historia, la cultura y las tradiciones como elementos de reafirmación de las identidades locales.

En el turismo cultural se busca la novedad, la autenticidad y la calidad de los atractivos; lo cual resulta un importante diferencial respecto de otros destinos ya que los visitantes tienden a ingresar al universo simbólico de la comunidad visitada.

La esencia del turismo cultural está en involucrar al visitante en un nuevo universo de experiencias, con visitas apoyadas por actividades prácticas, como música y gastronomía [...] La comunidad tendrá que retener en su propia cultura gran parte de esa experiencia. (Goodey 2002: 137).

El segmento turismo cultural que antes se dirigía a los íconos o escenarios de los grandes acontecimientos históricos y estaba basado en la contemplación pasiva o en el disfrute estético del bien patrimonial; ahora privilegia la historia del lugar bajo la perspectiva de las diferentes memorias y recuerdos de los saberes y el hacer tradicionales.

La actividad acompaña la ampliación del concepto de patrimonio cultural y contribuye a valorar los lugares de la memoria popular, por intermedio de la búsqueda de una mayor interacción entre los turistas y las comunidades receptoras, y de la experimentación (material y simbólica) de su patrimonio afectivo.

En el escenario turístico nacional e internacional, las ferias y mercados populares, los santuarios, las romerías, las peregrinaciones religiosas, los territorios de las comunidades *quilombolas* (descendientes de esclavos negros), y las casas de culto afro, se presentan como espacios para ser visitados. Éstos son comercializados por organismos públicos, asociaciones y organizaciones no

gubernamentales, y se convierten en alternativas para el mantenimiento de las tradiciones y los usos cotidianos de diversas comunidades.

Diversos autores (Barretto: 2000; Barbosa: 2001; Santana: 2009) plantean los efectos, no siempre benéficos para las comunidades receptoras, resultantes del desarrollo turístico en diversas localidades. Entre los posibles impactos negativos del turismo sobre el patrimonio cultural, se destacan la despersonalización de las manifestaciones populares, de los valores y de las tradiciones locales, mientras se satisfacen las necesidades de consumo visual y estético de los visitantes; la escenificación del patrimonio histórico y arquitectónico; y los cambios en la sociabilidad de los residentes producidos por la presencia de los turistas en su comunidad.

La relación entre turismo y patrimonio cultural indica que es necesaria una planificación que tenga en cuenta las expectativas de la comunidad y de los visitantes; haciendo un uso racional de los atractivos culturales.

Para Fonseca (2003:75) *es fundamental que se formulen políticas que tengan como finalidad enriquecer la relación de la sociedad con sus bienes culturales, sin que se pierdan de vista los valores que dan fundamento a la preservación.* También es importante proveer condiciones propicias para la valoración de las manifestaciones populares que muestran la singularidad de la cultura producida y potenciada por el turismo.

La transformación de los espacios de lo popular, como productos o bienes de consumo culturales, no se justifica sólo por los beneficios económicos del aprovechamiento turístico. La planificación turística de esos espacios debe considerar su sentido simbólico como elemento referencial para la construcción de identidades, contribuyendo a una mejor comprensión intercultural y proporcionando experiencias significativas, tanto para la comunidad local como para los visitantes.

En base a estos lineamientos, para fortalecer la Feria de Praia Grande como espacio turístico se deben comprender los significados que este espacio encierra para la comunidad local, principalmente en cuanto a las relaciones identitarias; analizando su importancia histórica, arquitectónica y simbólica, como elementos indispensables para la planificación turística sustentable de este espacio urbano.

PATRIMONIO AFECTIVO: USO COTIDIANO DE UN MERCADO POPULAR

La Feria de Praia Grande es un territorio adecuado y colectivizado tanto material como simbólicamente ya que es entendida como un lugar de encuentro casual; que se remonta a la época colonial. Es un espacio donde convergen cotidianamente los diferentes actores sociales, ya sea para discutir cuestiones relacionadas con la economía y la política de la ciudad como para reencontrarse con amigos y conocidos (Figura 5).

Figura 5: La Feria y sus relaciones



Fuente: Guto Cortês (2007)

Los pobladores entrevistados la consideraron un lugar importante por haber contribuido al desarrollo y ala consolidación de Praia Grande. Para ellos la importancia radica en su función comercial, su diversidad cultural (expresada en los productos comercializados) y por sus personajes y fiestas populares. La Feria es vista por los pobladores como un lugar dotado de sentido emocional, porque a través de ella se integran al medio donde viven y establecen relaciones sociales y económicas.

Ese mercado popular se construyó a partir de las experiencias cognitivas, de las significaciones, de los imaginarios y de las subjetividades de los diferentes grupos sociales. Se trata de un espacio de interacción cargado de un fuerte sentimiento de territorialidad, apropiado física y espiritualmente por los actores locales.

La Feria, con sus tradiciones, eventos y relaciones, se configura como un espacio híbrido, de múltiples referencias, de coparticipación de diversas vivencias y albergue de procesos históricos y culturales de la ciudad. En ella se manifiestan diferentes prácticas y producciones culturales, con elementos sagrados y profanos tales como las presentaciones de los grupos de *capoeira* y los festejos en homenaje a *São José das Laranjeiras* (santo protector de los comerciantes). Se observó que la Feria de Praia Grande se establece como una intersección entre los diferentes actores sociales, afirmando las identidades comunitarias, con un carácter multifuncional. Es el lugar de la memoria, repleto de significados colectivos, históricos y vivenciales (Gastal, 2002).

La Feria constituye un patrimonio afectivo (Martins, 2004) para los pobladores entrevistados, con un valor cognitivo y formal que sumado al valor de uso (Gastal, 2002) puede definirse como un espacio de producción y circulación de mercaderías, donde se desarrollan actividades recreativas. Allí

se materializan las prácticas sociales de los saberes y el hacer tradicionales, considerando las características arquitectónicas, la gastronomía y la diversidad artesanal.

Las ferias populares se caracterizan por ser espacios donde la cultura se manifiesta tanto de forma material como inmaterial. De forma material lo hace a través de los productos ofertados [...] por medio de manifestaciones culturales, no de productos tangibles; como las presentaciones artísticas con las cuales el pueblo se identifica expresando su autenticidad (Peciar, 2006: 49).

La Feria de Praia Grande ha resistido las transformaciones sufridas por la ciudad de São Luís a lo largo de los años, incorporando nuevos hábitos y valores en la sociedad y con el consumo indiferenciado de bienes y servicios. Esas transformaciones se observan en los *shoppings centers* y demás centros comerciales que fueron surgiendo a partir de la valoración de nuevas áreas de comercialización.

Conjuntamente con los procesos de producción y consumo de mercaderías y bienes simbólicos a nivel global, surgen los debates sobre el desarrollo sociocultural de los lugares desde la perspectiva local. Con la integración de las sociedades en el ámbito económico, político y simbólico, se tiende a crear patrones y homogeneidad cultural.

Por otro lado, según Hall (2001) la globalización repercute en el refuerzo de las particularidades locales, regionales y nacionales, así como en el estímulo a la promoción de la diversidad cultural. Sahlins (1997), al analizar la reorganización de las culturas en el mercado global de circulación de productos y procesos, destaca que este fenómeno favorece estrategias de articulación e inserción de las culturas en el escenario transnacional, y de resistencia de los grupos sociales a los efectos homogeneizadores.

En la Feria de Praia Grande se constata que la resistencia de ese espacio aparece en el hecho que aún se establece como una alternativa económica para muchos trabajadores y profesionales. Se observa que la feria posee un significado emocional para los comerciantes y residentes y se presenta como un vector de configuración de identidades y manifestaciones socioculturales.

Por otro lado, la Feria incluye las nuevas demandas de recreación y consumo turístico suscitadas por los espacios de lo cotidiano. Estos elementos le dan un carácter singular y crean oportunidades de transformación del lugar en un espacio turístico sistematizado, con el objetivo de contribuir a la generación de beneficios sociales y económicos para la comunidad.

LA FERIA COMO PRODUCTO TURÍSTICO: POSIBILIDADES

En este apartado se reflexiona sobre las posibilidades de transformación de la feria (espacio vivencial y patrimonio afectivo) en elemento motivador del turismo cultural; siguiendo los lineamientos del aprendizaje, la valoración de la memoria y la identidad, y la sustentabilidad del patrimonio.

De acuerdo con Valls (1996) el producto turístico puede ser analizado a partir de sus elementos constitutivos, el producto principal, aquel que es ofertado y atiende prioritariamente las necesidades y expectativas de los turistas-consumidores; y el producto periférico, los productos complementarios que agregan valor al producto ofrecido.

La Feria de Praia Grande se destaca no sólo por sus características arquitectónicas, sino por sus usos sociales que muestran lo cotidiano del lugar mediante la circulación de saberes y prácticas culturales colectivas. Los pobladores y comerciantes se apropiaron de este bien patrimonial de manera diversa, dinámica y heterogénea. De esa forma, la Feria adquiere sentido a través de la materialización de significados; que según Geertz (1989) involucran las acciones colectivas que caracterizan la vida y la cultura de los hombres.

El lugar se presenta como un espacio de convergencia de turistas, de concentración de mercaderías, y de promoción y difusión de manifestaciones culturales; estableciéndose como elemento referencial para dinamizar la oferta de rutas turísticas, productos y servicios de la ciudad de São Luís, tanto para el usufructo de la comunidad como de los turistas. Turistas que, según Martins (2006), buscan en los lugares el conjunto de significados y símbolos que la comunidad local les imprime.

En lo referido a la oferta recreativa y turística, la Feria de Praia Grande puede ser entendida como un producto periférico, capaz de ampliar la oferta de productos, atractivos y servicios del Centro Histórico de São Luís y la calidad de la experiencia turística local.

El turismo es de carácter marcadamente cultural, y se destaca el encuentro entre visitantes y comunidades que presentan características sociales y culturales específicas. Así, el turismo como sinónimo de intercambio de información, conocimiento y bienes simbólicos se presenta como un fenómeno dialógico, que promueve interacciones y permite a los visitantes el contacto con la realidad y la vida cotidiana de las comunidades receptoras.

Se trata de una relación dialéctica que favorece la articulación y el entrelazamiento de los sistemas culturales en contacto, fortaleciendo sus identidades. Al mismo tiempo, el turismo contribuye a la asimilación y al cambio cultural, inmerso en una red compleja y dinámica de creación y recreación de las memorias y las identidades.

La asociación entre turismo y patrimonio cultural se torna más significativa cuando existen situaciones y experiencias en las cuales los turistas puedan vivir diferentes expresiones de saberes populares tradicionales. En el turismo cultural, la tradición oral, los imaginarios, el ambiente urbano, los elementos populares y las historias sobre el lugar visitado, se convierten en importantes recursos o atractivos turísticos, y contribuyen a optimizar la experiencia de los visitantes.

Conforme observa Urry (1996), la mirada del turista se dirige a los aspectos extraordinarios del destino turístico, o sea que aprecian las singularidades o especificidades de los valores, costumbres, estilos de vida y manifestaciones populares que son diferentes a su vida cotidiana. Los turistas buscan los aspectos auténticos de la cultura visitada, expresados en la diversidad de formas de actuar, vivir y sentir de los grupos sociales como miembros de una colectividad.

De este modo entonces, las ferias y mercados, como espacios vividos y de reunión popular, posibilitan el encuentro entre los turistas y las comunidades residentes. Constituidos por formas de organización social, comunicación grupal y lazos de solidaridad comunitaria específicos, se establecen como espacios de interacción social, posibilitando a los visitantes y a los turistas adentrarse al universo simbólico de la cultura, de los valores y de los estilos de vida comunitarios.

El turismo también incluye en su significado la búsqueda de la producción cultural de una comunidad. Como fenómeno social, favorece el intercambio de experiencias entre las culturas y permite que los turistas convivan con los aspectos representativos del patrimonio cultural. Su finalidad es proporcionar el intercambio de información y promover el aprendizaje y la reciprocidad cultural.

Esto permite entender al turismo como una experiencia que permite el descubrimiento de sí mismo y del otro desde el punto de vista de la integración, con consecuencias positivas en el ejercicio de la alteridad. Por medio del patrimonio cultural, la actividad turística promueve intercambios recíprocos entre los grupos sociales y el reconocimiento de la diversidad cultural, en medio de la globalización de las sociedades contemporáneas y la tendencia en el capital simbólico a crear patrones.

Además de lugares de exposición y comercialización de productos, las ferias son lugares de encuentro, sociabilidad, manifestación de la cultura popular y recreación de las comunidades (Peciar, 2006). A su vez, se establecen como lugares de la memoria y de los recuerdos presentes en el *corpus* social donde las actividades culturales vividas por estos grupos populares son capaces de activar el imaginario de los visitantes, despertando su curiosidad y estimulando el turismo.

El encuentro entre turistas, comerciantes y pobladores en estos lugares permite que sucedan acontecimientos espontáneos, más allá que en algunos casos existan actividades programadas o de planificación previa, estableciendo relaciones interpersonales genuinas e imprevisibles, donde se difunden saberes tradicionales, exóticos y peculiares. En cuanto a los elementos de la oferta turística,

se debe tener en cuenta la motivación de los visitantes para determinar qué experiencia turística proponer.

Como producto turístico en vías de consolidación, la feria puede proporcionar experiencias socioeducativas a los visitantes, destacando la importancia del patrimonio del barrio de Praia Grande para la comunidad, debido a que posibilita la generación de ingresos y la sustentabilidad económica. Para las rutas turísticas este espacio tiende a posibilitar que la cultura visitada sea experimentada por los turistas como un producto temático; elaborado según los intereses específicos de la demanda, tales como la gastronomía, las artesanías y la recreación.

Ampliar el uso de la Feria de Praia Grande incluyendo, por ejemplo el uso turístico, tiende a contribuir a la valoración de la cultura local, permitiendo el mantenimiento de esa construcción arquitectónica y de su significado y renovando así, el paisaje urbano para sus habitantes.

La inserción sistemática de la Feria en el ámbito del turismo cultural, además de agregar valor a la oferta turística de la ciudad de São Luís, posibilitará una mayor interacción entre los visitantes y la población local. Su dimensión multicultural puede permitir el acceso de los turistas al patrimonio cultural que los pobladores viven cotidianamente; y también conferir una mayor calidad a las experiencias de los turistas y visitantes durante su permanencia en la ciudad.

Producto de la dinámica sociocultural, en la Feria de Praia Grande los comerciantes y residentes que allí trabajan, transitan o utilizan ese espacio público, promueven la diversidad de las relaciones, reinventan sus tradiciones y construyen una identidad específica. Esas particularidades tienden a incentivar flujos de visitantes y a fortalecer los lazos identitarios entre la comunidad y su patrimonio cultural a partir de un mayor intercambio entre turistas y anfitriones.

La Feria presenta múltiples posibilidades de apreciación del patrimonio cultural de Praia Grande, debido a la variedad de la oferta gastronómica y de artesanías disponible. Asimismo la feria, en su calidad de sede de las representaciones culturales, expresa contenidos simbólicos específicos que permiten comprender la dinámica sociocultural de la ciudad.

El aprovechamiento de la Feria de Praia Grande favorece la dinamización de las actividades culturales del lugar turístico, transmitiendo su memoria y recuerdos a los turistas, incentivando su regreso e incorporando los beneficios del turismo a la comunidad.

Hay que destacar que el intercambio sociocultural basado en vivencias lúdicas, espirituales o educativas refuerza el papel de la actividad turística en el proceso de valoración y preservación del patrimonio cultural, de la memoria y de las tradiciones locales.

El cambio que se propone en la interpretación de estos sitios, es transformar el escenario visitado por personas que buscan una alteración temporaria de su espacio y tiempo cotidianos en un escenario político-cultural, donde los visitantes y residentes interactúen con su cultura y la de sus semejantes, conociendo su pasado (Costa, 2009: 190).

El turismo cultural debe ser una actividad capaz de potenciar las especificidades de la cultura visitada, como estrategia para la creación de productos, rutas y atractivos que valoren las singularidades, los diferentes paisajes, los conocimientos tradicionales y las prácticas culturales que construyen los lugares de identidad.

Así, hacer hincapié en la historia, en las producciones materiales e inmateriales del espacio comunitario de la Feria de Praia Grande, tiende a incrementar la oferta turística local; al ser activada a través del desarrollo basado en la reciprocidad, el enriquecimiento cultural y la sustentabilidad.

La adopción del concepto de sustentabilidad en el ámbito de la planificación de la oferta turística presupone una articulación entre todos los segmentos que actúan directa o indirectamente en la actividad (empresarios del sector, gestores públicos, operadoras, comunidades) buscando el fortalecimiento de las particularidades y tradiciones del lugar turístico, de modo de generar y asegurar un retorno económico para las comunidades.

Los planificadores turísticos deben considerar la sustentabilidad en sus dimensiones social, cultural, ambiental y económica, así como los posibles impactos negativos del turismo en las localidades receptoras, implementando mecanismos de control de la capacidad de carga ambiental, social y cultural y de evaluación de las actividades desarrolladas.

La revitalización de áreas para el disfrute turístico debe incentivar la implementación de proyectos que resalten la importancia del patrimonio cultural para la comunidad. La sustentabilidad cultural presupone la inserción de los agentes creadores del lugar en la interpretación de la historia, simbología y significados de la cultura presentada. *Los sujetos de los diferentes contextos culturales tienen un papel no sólo como informantes, sino también como intérpretes de su patrimonio cultural (Fonseca, 2000: 114).*

La transformación de los espacios cotidianos en bienes de consumo cultural no se justifica sólo por los beneficios económicos, sino en que se constituyen en una alternativa para el ejercicio del derecho a la memoria y a la preservación de los diferentes patrimonios culturales.

El sentido de preservación del patrimonio es mucho más amplio que la posibilidad de recibir beneficios económicos por medio del turismo. La preservación, en esa perspectiva, se vincula al mantenimiento de la memoria y a la conservación de las tradiciones por y para la población de determinada localidad. (Portuguez, 2006: 08)

La planificación turística de la Feria de Praia Grande debe considerar tanto su sentido simbólico, los lazos inmateriales y materiales entre ella y la comunidad como la función que la misma desempeña como elemento referencial para la construcción y afirmación de identidades.

En este contexto, donde las políticas públicas de preservación del patrimonio cultural tensionan la inserción social en una perspectiva más amplia de desarrollo, el fortalecimiento de los espacios comunitarios prescinde de acciones capaces de consolidar prácticas colectivas de gestión de los lugares representativos de la memoria local; buscando dinamizar la economía.

Es fundamental que la comunidad local no sólo actúe en el proceso de identificación y selección de los espacios para el turismo, sino que establezca qué aspectos o elementos deben ser enfatizados, delimitando el grado de interferencia del turismo en la dinámica sociocultural.

La planificación turística local exige que la comunidad tenga consciencia de su patrimonio material e inmaterial y que decida sobre lo que quiere compartir y lo que quiere preservar para su provecho, además de decidir cómo y dónde desea que se efectúe el intercambio (Beni, 2004: 19).

La articulación institucional y la formación de asociaciones son esenciales para la continuidad y sustentabilidad de los proyectos turísticos basados en el patrimonio cultural, si se intenta beneficiar a las comunidades locales.

A partir del poder público y de las agencias de turismo se podrían planificar acciones, por medio del estudio del patrimonio histórico y cultural para rescatar habilidades específicas, actividades laborales (artesanías, comidas, folclore, danzas típicas, *folgedos* (fiestas populares), religiosidad popular) y creación de espacios de la memoria como museos populares. El fruto de ese trabajo podría contemplar la creación de diversos frentes de inserción económica y socio-urbana de la ciudadanía (Cardoso, 2006: 72).

Así, es necesario realizar un conjunto de acciones que conformen el espacio para poder desarrollar el turismo cultural, promoviendo beneficios a la comunidad involucrada en el mantenimiento del bien patrimonial. Como símbolo de las memorias y experiencias individuales y colectivas de la ciudad, la Feria de Praia Grande debe tener un plan turístico que considere los siguientes principios:

- a) Adecuar física y estructuralmente las instalaciones eléctricas e hidráulicas, reparar y mantener los boxes y mesas utilizados por los comerciantes, y mantener la limpieza e higiene en forma permanente

b) Valorar la dinámica sociocultural del espacio, evitando la formación de patrones, la escenificación y la despersonalización del inmueble, promoviendo las singularidades arquitectónicas, históricas y culturales de la Feria de Praia Grande

c) Releva la diversidad gastronómica, artesanal y de las manifestaciones culturales, con el fin de elaborar un calendario cultural de la Feria de Praia Grande para promocionar el lugar junto a las agencias de receptivo

d) Fortalecer la Asociación de los Feriantes de Praia Grande, dándole mayor legitimidad ante los representantes de los organismos de planificación urbana, patrimonio, cultura y turismo. La medida consiste en fortalecer el cooperativismo y la gestión compartida del patrimonio cultural

e) Estimular la calidad profesional capacitando a los comerciantes sobre cuestiones relacionadas con la atención al público, la manipulación de productos, el tratamiento de los residuos sólidos, y la educación ambiental y patrimonial; para promover la hospitalidad y la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Asimismo, capacitar grupos de feriantes para guiar a los visitantes en el interior del predio, valorando sus tradiciones, costumbres y estilos de vida; para elevar su autoestima.

El aprovechamiento turístico de la Feria de Praia Grande necesita una planificación integrada que establezca relaciones entre ese bien cultural y los demás elementos que componen el espacio urbano del Centro Histórico de São Luís, valorando el patrimonio cultural, objeto de interés de los turistas y de la comunidad.

Los espacios turísticos y recreativos deben proporcionar una amplia participación de la comunidad, desde su concepción e implementación hasta la permanente evaluación. Es necesario que la población local se apropie de los bienes culturales para transformar los Centros Históricos en lugares dinámicos, de recreación cultural y de convivencia social.

La planificación turística debe promover la articulación integrada, el protagonismo comunitario, el fortalecimiento de la identidad y la valoración del lugar, teniendo como premisas fundamentales la preservación del patrimonio cultural, la calidad de los productos y servicios, y la validez de la experiencia turística local.

CONSIDERACIONES FINALES

En este estudio se reflexionó acerca de los usos y significados atribuidos a la Feria de Praia Grande por la comunidad del Centro Histórico de São Luís do Maranhão; y se analizaron las posibilidades de su aprovechamiento como producto turístico-cultural. Por medio de las entrevistas

realizadas, se pudo inferir que la Feria de Praia Grande se establece como un patrimonio afectivo, de significancia cultural, para los miembros de la comunidad.

Los recuerdos de la época de intensa actividad comercial y la importancia económica del barrio de Praia Grande, materializados y actualizados en la feria a través de los diferentes usos y prácticas socioculturales, la transforman en un espacio singular. Y sus particularidades culturales han propiciado la actividad turística del segmento cultural.

El valor y el significado que el patrimonio adquiere como enunciador de diferentes historias, identidades y memorias, resulta imprescindible en el proceso de transformación de los bienes patrimoniales en productos o atractivos turísticos. El aprovechamiento de la Feria de Praia Grande puede ser una alternativa viable para dinamizar la oferta turística y cultural de la ciudad de São Luís, diversificando visitas al barrio de Praia Grande.

Su aprovechamiento turístico puede incluirse en las nuevas necesidades de la demanda turística que tiende a buscar mayor interacción e integración en los espacios de vivencia y convivencia comunitaria; enalteciendo la experiencia turística y viabilizando un escenario emotivo y acogedor, al estimular el contacto de los visitantes con el patrimonio cultural.

Se destaca que la planificación sustentable de la actividad turística debe priorizar los significados de los bienes patrimoniales de una determinada sociedad, además de señalar actitudes de compromiso y responsabilidad con el patrimonio local por parte de los turistas y la comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfonso, M. J. P.** (2003) "El patrimonio cultural como opción turística". Horizontes Antropológicos, Porto Alegre 9(20): 97-115
- Appolinario, F.** (2006) "Metodologia da ciência: filosofia e prática da pesquisa". Cengage Learning, São Paulo
- Barbosa, Y.** (2001) "O despertar do turismo: uma visão crítica sobre os não-lugares". Aleph, São Paulo
- Bardini, L.** (1985) "Análise de conteúdo". Edições 70, Lisboa
- Barretto, M.** (2000) "Turismo e legado cultural. As possibilidades de planejamento". Papyrus, São Paulo
- Braudel, F.** (1996) "Os jogos das trocas". Martins Fontes, São Paulo
- Beni, M.** (2004) "Um outro turismo é possível? A recriação de uma nova ética". In: Gastal, S.; Moesch, M. (Orgs.). Um Outro Turismo é Possível. Contexto, São Paulo, pp. 11 - 31
- Canclini, N.G.** (2000) "Culturas híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade". Edusp, São Paulo

- Cardoso, G. P.** (2006) "História social, patrimônio cultural e turismo: interfaces entre campos de saber e práticas sociais". In: Martins, C. (Org.). Patrimônio Cultural: da Memória ao Sentido do Lugar. Roca, São Paulo, pp. 65 -76
- Castells, M.** (1999) "O Poder da identidade" Paz e Terra, São Paulo
- Costa, F. R.** (2009) "Turismo e patrimônio cultural: interpretação e qualificação". SENAC, São Paulo
- Dencker, A. de F. M.** (1998) "Métodos e técnicas de pesquisa em turismo". Futura, São Paulo
- Fonseca, M. C. L.** (2000) "Referências culturais: base para novas políticas de patrimônio". In: Santana, M. G (org). O Registro do Patrimônio Imaterial. Ministério da Cultura, Brasília, pp.111 - 119
- Fonseca, M. C. L.** (2003) "Para além da pedra e cal: por uma nova concepção ampla de patrimônio cultural". In: Abreu, R.; Chagas, M. (Orgs.). Memória e Patrimônio: Ensaio Contemporâneo. DP&A, Rio de Janeiro, pp. 56 - 75
- Gastal, S.** (2002) "Lugar de memória: por uma aproximação teórica ao patrimônio local". In: Gastal, S. (org). Turismo: investigação e crítica. Contexto, São Paulo
- Geertz, C.** (1989) "A interpretação das culturas". Zahar Editores, Rio de Janeiro
- Gonçalves, J.R.S.** (2007) "Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios". Rio de Janeiro
- Goodey, B.** (2002) "Turismo Cultural: novos viajantes, novas descobertas". In: Murta, S. M.; Albano, C. (Orgs.). Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar. Território Brasilis, Belo Horizonte, pp.131 - 138
- Hall, S.** (2001) "A identidade cultural na pós-modernidade". DP&A, Rio de Janeiro
- Le Goff, J.** (1996) "História e Memória". Unicamp, São Paulo
- Martins, A. M. M.** (2004) "Patrimônios afetivos: afetos, uso e ciência patrimonial". Anais do II Congresso Internacional de Patrimônio Cultural. Congreso Internacional Patrimonio Cultural. Córdoba
- Martins, C.** (2006) "Patrimônio cultural e identidade: significado e sentido do lugar turístico". In: Martins, C (Org.) Patrimônio cultural: da memória ao sentido de lugar. Roca, São Paulo, pp. 39 -50
- Minayo, M. de S.** (1999) "O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde". Hucitec, São Paulo
- Moesch, M.** (2000) "A produção do saber turístico". Contexto, São Paulo
- Murta, S. M.; Albano, C.** (2002) "Interpretação, preservação e turismo". In: Murta, S. M.; Albano, C. (Orgs.). Interpretar o patrimônio: um exercício do olhar. Território Brasilis, Belo Horizonte, pp. 09 - 46
- Nora, P.** (1993) "Entre memória e história: a problemática dos lugares". São Paulo
- Peciar, P. L. R.** (2006) "Turismo cultural: um olhar sobre as manifestações de atratividade encontradas nas feiras populares do Brinque da Redenção em Porto Alegre- RS, Brasil e a feira da Praça Matriz de Montevidéu, no Uruguai". In: Barretto, M. (Org.). Turismo, Cultura e Sociedade. Educs, Caxias do Sul, pp. 41-54
- Pollak, M.** (1989) "Memória, esquecimento, silêncio". Estudos Históricos, Rio de Janeiro 2(3): 03 - 15
- Portuguez, A. P.** (2006) "Turismo, memória e patrimônio cultural". Roca, São Paulo
- Sahlins, M.** (1997) "O pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um "objeto" em via de extinção". Mana 3(1): 41- 73
- Santana, A.** (2009) "Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações". Aleph, São Paulo
- Santos, M.**(1996) "A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção". Hucitec, São Paulo

Santos, R. J. dos. (2009) "Hibridação cultural e turismo". In: Barretto, M. et. al. (Org.) Turismo e Antropologia: Novas Abordagens. Papyrus, São Paulo, pp. 119 - 140

Sodré, M (1999) "Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil". Vozes, Petrópolis

Urry, J. (1996) "O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas". EDUSC, São Paulo

Valls, J. (1996) "Las claves del mercado turístico: cómo competir en el nuevo entorno". Deusto, Bilbao

Zanirato, S. H.; Ribeiro, W. C. (2006) "Patrimônio cultural: a percepção da natureza como um bem não renovável" In Revista Brasileira de História 26(51): 85 - 104

Zaoual, H. (2006) "Nova economia das iniciativas locais: uma introdução ao pensamento pós-global". DP&A, Rio de Janeiro

Yúdice, G. (2004) "A conveniência da cultura: usos da cultura na era global". UFMG, Belo Horizonte

Recibido el 23 de abril de 2010

Correcciones recibidas el 10 de junio de 2010

Aprobado el 19 de junio de 2010

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués