

DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIOCULTURAL E OS DILEMAS DO TURISMO CULTURAL NO RIO GRANDE DO NORTE

Thadeu de Sousa Brandão¹
Sheyla Paiva Pedrosa Brandão²

RESUMO

O presente artigo busca discutir as possibilidades de construção e de efetivação do Turismo Cultural no estado do Rio Grande do Norte, Nordeste do Brasil. Apesar de sua potencial vocação para o turismo “Sol e Mar”, o estado apresenta situações e eventos que, investidos e potencializados, podem vir a caracterizar uma vocação turística futura neste setor. Nos dias atuais, a falta de planejamento e os poucos investimentos na área inviabilizam a modalidade, embora o quadro possa se alterar.

PALAVRAS-CHAVE: TURISMO CULTURAL. DESENVOLVIMENTO. RIO GRANDE DO NORTE.

¹ Sociólogo, Mestre e Doutor em Ciências Sociais pela UFRN (Universidade Federal do Rio Grande do Norte). Professor Adjunto da UFERSA (Universidade Federal Rural do Semi-Árido) e do Programa de Pós-Graduação em Cognição, Tecnologias e Instituições da UFERSA. E-mail: thadeu@ufersa.edu.br

² Assistente Social, Mestre em Serviço Social (UFRN) e Doutoranda em Ciências Sociais pelo PPGCS/UFRN (Universidade Federal do Rio Grande do Norte). Professora do Curso de Serviço Social da UNP (Universidade Potiguar/Mossoró-RN). E-mail: sheylapedrosa@unp.br

INTRODUÇÃO

Das várias modalidades de turismo, enquanto uma das principais atividades econômicas e sociais que compõem a Modernidade destaca-se cada vez mais o chamado “turismo cultural”. Dentro deste, existe uma linha de discussão que remete aos seus limites e fronteiras, isto é, nas possibilidades que uma dada região pode possuir, ou não, para a afirmação de uma pretensa “vocação” nesta modalidade turística. Neste sentido, o estado do Rio Grande do Norte, Brasil, (re)conhecido pelas suas atrações de “Sol e Mar”, principalmente naquelas localizadas no entorno de sua capital, Natal, nunca se evidenciou por ter uma presença significativa de certo tipo de visitante, buscador de atrativos culturais e congêneres. Neste sentido, partimos da necessidade de se construir uma necessária reflexão acerca das possibilidades de desenvolvimento de um (quicá) turismo cultural no Rio Grande do Norte.

Algumas correntes teórico-metodológicas, que se debruçam sobre a temática supracitada, apontam que um pleno desenvolvimento do turismo cultural, poderia se constituir enquanto mecanismo para contribuir junto à preservação dos bens culturais e das tradições das populações locais, assim como em veículos de identificação e orgulho local. Além de atrair novos tipos de turistas, colaborando e somando mais dias em sua permanência nos hotéis e contribuindo no aumento no consumo em restaurantes, como também no maior consumo de pacotes na área de lazer e entretenimento, permitindo o resgate da memória e do orgulho da tradição pela população local.

No entanto, o que percebemos é que o turismo cultural vem sendo um segmento esquecido e engolido pelos atuais planos de turismo, pautados esses sobre os frequentes investimentos no segmento “sol e mar” em concomitância ao abandono dos bens culturais e do patrimônio, onde os mesmos são simplesmente resumidos a poucos, ou mesmo a um único passeio, batizado “turisticamente” como *city tour* (turismo na

cidade), em geral realizado de forma rápida, com pura e simples intenção de visitação a centros de artesanato e complexos de lazer, abordando, salvo casos isolados, somente o turismo de fachada, se cruzando a cidade em carro fechado, fazendo uso de ar-condicionado e ouvindo um guia exclamar ao microfone o nome do prédio, sem a preocupação com os aspectos históricos, arquitetônicos, a importância daquele local na construção da cidade de hoje, as danças, arte, folclore (cultura popular) entre outros.

Mais fortemente ainda, perde-se o contato necessário com os bens culturais que, se para o morador local, padece em sua banalidade, pode ser para o visitante o elemento faltoso em sua descoberta de um novo universo a se descobrir. Aquilo que era banal para um, pode tornar-se exótico para outro, passando a ser valorizado e tornar-se fonte de trabalho e renda. Não apenas pela sua lógica econômica implícita, constrói-se com o turismo cultural a possibilidade da preservação de um bem imaterial que, fatalmente, iria desaparecer nas brumas da “modernização”. O turismo, longe de apenas destruir, pode manter viva muitas das tradições de uma dada população, transformando-as, sintetizando-as ou mesmo adaptando-as.

Sem purismos antropológicos, devemos lembrar o quanto, em certa medida, “muitas vezes, ‘tradições’ que parecem ou são consideradas antigas são bastante recentes, quando não são inventadas” (HOBBSAWN, RANGER, 1997, p. 09). Tendo em vista que a invenção das tradições é essencialmente um processo de formalização e de ritualização, remetido sempre ao passado, mesmo que pela repetição, este processo é criação de uma dada época e lugar. Ainda assim, salvaguardar um bem imaterial pode, em última instância, ser o esteio de manutenção de toda uma identidade sociocultural que caminhava para a banalidade da homogeneidade moderna e que se pode agora se pautar em tradições específicas e *sui generis*.

Neste sentido, a perspectiva de se escapar de certa lógica turística massificante é imprescindível. Existem alternativas, mas elas ainda são pouco exploradas e, quando o são efetivamente, ocorrem de maneira voluntarista e com pouca perspectiva de se estruturarem efetivamente. Assim, tendo como pano de fundo uma apresentação panorâmica do turismo cultural no Rio Grande do Norte, construímos aqui um conjunto de observações (e especulações) mais gerais sobre o tema.

Na primeira parte deste ensaio, discutiremos algumas perspectivas do que vem a ser o “turismo cultural”, apontando suas características e elementos sócio-antropológicos. Na segunda parte, discutiremos alguns exemplos da formação do turismo cultural no RN, focando principalmente os eventos em Natal, Mossoró e Caicó como recorte analítico (na perspectiva que existem outros, mas os apontados possuem maior significação econômica e simbólica). Por fim, concluindo o trabalho, trazemos à tona nossas reflexões acerca da importância da dinamização do turismo cultural e as consequências de sua não exequibilidade.

O TURISMO CULTURAL

As discussões gerais, principalmente no Brasil, acerca da conceitualização e caracterização do turismo cultural nos remetem a um segmento turístico cujos programas são voltados aos participantes interessados em conhecer costumes de determinada região ou povo. Dentro destas atividades, apontamos: a música, as festas, a dança, o folclore (cultura popular), a religiosidade, a culinária, o modo de viver em determinada região etc. Neste sentido, turismo cultural pode também ser definido como o conjunto de atividades turísticas que se desenvolve em função do “patrimônio histórico-cultural”. Também as atividades que permitem a observação da organização social do homem junto ao seu ambiente, retratando seus usos e costumes, tanto atual como de seus antepassados (dentro de um processo histórico e sociocultural).

Pode-se dizer que o turismo cultural engloba todos os aspectos das viagens pelos quais os turistas conhecem a vida e o cotidiano, aspectos culturais de cada comunidade receptora. Visaria o turismo se apresentar como uma ferramenta importante para promover as relações culturais, assim como estimular fatores culturais dentro de uma localidade, vistos como meios de fomentar a atração de turistas e visitantes. Segundo Funari e Pinsky,

turismo cultural consiste no deslocamento do indivíduo com objetivo de conhecer a história daquele povo, sua cultura, idioma, folclore, gastronomia, costumes, artes, tradições e crenças, não somente no intuito de conhecer mas

conseguir de certa forma o aprendizado ou saciedade da vontade em compreender e vivenciar alguns dos vários aspectos daquela sociedade. Esse é o principal ponto que diferencia as outras formas de turismo do turismo cultural, pois não é o que se vê, mas como se vê que caracteriza o turismo cultural (2003, p. 10).

Para Stuart Hall, as identidades nacionais seriam construções sociais e culturais, transformadas no interior das representações e da cultura (HALL, 1999, p. 48). A sociedade é uma construção, neste sentido, pautada em uma comunidade simbólica que constrói sua identidade através desses elementos. Importa lembrar que uma cultura é uma teia de significados que o homem mesmo teceu, que Clifford Geertz mostrou ser composta de símbolos, que nada mais são do que representações sociais, às quais expressam idéias, valores e atitudes sociais mais significativas da coletividade (GEERTZ, 1989). Elas expressam, conservam e reforçam uma situação social, um *ethos* (ética social) e uma *visão de mundo*. Pois bem, visões de mundo são elaborações mentais e assim como os comportamentos são elaborações sociais da realidade e expressam a base comum de uma determinada ordem social. Daí que o papel de um universo simbólico é aglutinar, ordenar e dar coesão ao quadro de referência ao qual diretamente se reporta.

Consideram-se como cultura, todas as maneiras de existência humana. É assim, todo conhecimento que uma sociedade tem de si mesma. Cultura inclui as maneiras como esse conhecimento é expresso por uma sociedade como no caso de sua arte, religião, tecnologia e ciência.

A ideia de cultura foi uma invenção histórica instigada pelo impulso de assimilar, do ponto de vista intelectual, uma experiência inegavelmente histórica. E, no entanto, a ideia em si não podia apreender essa experiência de outra maneira senão em termos supra-históricos, da condição humana como tal (BAUMAN, 2015, p. 13).

Complementando e sintetizando uma “visão antropológica da cultura’ que aqui defendemos, Roque de Barros Laraia (2003, p.25) afirma que

no final do século XVIII e no princípio do seguinte, o termo germânico *Kultur* era utilizado para simbolizar todos os aspectos espirituais de uma comunidade, enquanto a palavra francesa *Civilization* referia-se principalmente às realizações materiais de um povo. Ambos os termos foram sintetizados por Edward Tylor (1832-1917) no vocábulo inglês *Culture*, que “tomado em seu

amplo sentido etnográfico é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade”. Com esta definição Tylor abrangia em uma só palavra todas as possibilidades de realização humana, além de marcar fortemente o **caráter de aprendizado da cultura em oposição à idéia de aquisição inata, transmitida por mecanismos biológicos**³.

Assim, como uma construção social transmitida através de processos de aprendizado e socialização e sempre ligada à estrutura social à qual surge, uma manifestação cultural ou imaterial apresenta o papel de integrar os processos socializadores separados e, *ipso facto*, de dar um fundamento social às representações sociais e às identidades coletivas. Pode também fornecer significado às representações e aos papéis sociais, os legitimando e os perpetuando na tradição e no tecido social.

No entanto, o turismo, acima de tudo, visa à fuga do turista de seu de seu local habitual e de seus âmbitos de vida, na busca do novo, do desconhecido, visando algum ganho nas áreas da aventura, do lazer, do descanso, da cultura e conhecimento entre outros. Em um mundo globalizado, onde as atividades profissionais, o lazer, o conhecimento e a cultura são sobrepostos e impulsionados a um padrão pré-determinante por certas nações, o segmento do turismo cultural surge como grande potencialidade a ser desenvolvida. Haja vista a ampla necessidade de exploração de produtos diferenciados pelo mercado turístico, o turismo cultural vem colaborando também como um incentivador e impulsionador para preservação do patrimônio histórico e das manifestações culturais.

Isto porque, esse atual padrão de desenvolvimento globalizado, gerador de uma verdadeira homogeneização da cultura, serve como impulsionador para que a identidade cultural de uma sociedade tradicional se alto preserve e sirva como diferencial no segmento cultural de viagens (BARRETO, 2004, p. 24).

Viajar, afinal é uma verdadeira condição moderna:

A história moderna tem sido marcada pelo progresso constante dos meios de transporte, e, portanto, do volume de mobilidade. Transporte e viagens constituíram um campo de mudanças particularmente rápidas e radicais. O progresso, nesse caso, como Schumpeter indicou há muito tempo, não foi

³ Negrito nosso.

resultado da multiplicação do número de carruagens, mas da invenção e produção em massa de meios de transporte novos – trens, automóveis e aviões. Foi a disponibilidade de meios de viajar que disparou o processo tipicamente moderno de erodir e minar as “totalidades” sociais e culturais enraizadas do ponto de vista local – o processo captado (e romantizado) pela primeira vez pela famosa fórmula de Tönnies da modernidade como passagem da *Gemeinschaft* (comunidade) para a *Gesellschaft* (sociedade) (BAUMAN, 2015, p. 22).

Desta maneira, dentre os fatores técnicos da mobilidade, papel de especial destaque foi desempenhado também pelo “transporte da informação”, que não envolve viagens, digamos, “físicas”. Tão importante quanto a viagem da informação foi também viajar para buscar “informação”. Viajar para obter cultura tornou-se um dos grandes apanágios da “civilização moderna”.

Prosseguindo, nosso entendimento do patrimônio cultural também pauta-se em pensá-lo como “tudo aquilo que constitui um bem apropriado pelo homem, com suas características únicas e particulares” (FUNARI, PINSKY, 2003, p. 08). Isso inclui tanto um alimento, quanto um gesto, ou mesmo estilo de vida, onde é a diversidade dessas formas que faz com que as sociedades se diferenciem uma das outras. Assim, preservar o patrimônio cultural é garantir que a sociedade tenha maiores oportunidades de perceber a si própria, sua importância, respeito e criação. Afinal, isto se liga à própria construção e preservação das identidades sociais e culturais.

Perante o mundo de objetos, de pessoas, de acontecimentos e de ideias, não estamos apenas equipados com automatismos, da mesma forma que não estamos isolados no vazio social: o mundo é partilhado com outros e neles nos apoiamos – às vezes, solidariamente, outras vezes, conflituosamente – para compreendê-lo, para gerenciá-lo ou para afrontá-lo. Embora haja um cruzamento, em geral, entre as representações sociais e individuais, é preciso levar em conta o estilo de vida e a rede social formada com as respectivas inserções do indivíduo na rede social estabelecida, isto é, a base social que fundamenta a cultura.

Como colocaram Berger e Luckmann (1999), todos os “edifícios sociais de significação” são “transportados por uma coletividade particular”, ou seja, “pelo grupo que produz continuamente os significados em questão e dentro do qual estes

significados têm realidade objetiva” (p. 118). Esse transporte, embora haja uma dose de autonomia, é preso ao grupo e ao seu contexto sócio-histórico-cultural.

Desta maneira, um determinado universo simbólico, com seus vários sistemas internos, serve como matriz de todos os significados socialmente objetivados e subjetivamente reais. Pois,

No interior do universo simbólico os domínios separados da realidade integram-se em uma totalidade dotada de sentido que os “explica” e talvez também os justifica (...). O universo simbólico é evidentemente construído por meio de objetivações sociais (BERGER, LUCKMANN, 1999, p. 132).

Deste modo, mesmo tendo uma plêiade de significados e ações possíveis dentro de um sistema e de um universo simbólico, um indivíduo utiliza apenas aqueles onde suas objetivações sociais lhe permitem. Ao mesmo tempo, quando um grupo torna-se grande e coeso, e suas representações sociais, subjetivadas e objetivadas, tornam-se majoritárias, uma identidade forte encontra-se em formação. A identificação social depende também do grau de socialização a que o indivíduo foi exposto e ao grau de conhecimento a que teve acesso. Quanto mais completa é a socialização, mais integrado está o indivíduo ao grupo social e mais solidário ele estará com os demais indivíduos e com as representações que dividem. Isto posto,

A identidade é formada por processos sociais. Uma vez cristalizada, é mantida, modificada ou mesmo remodelada pelas relações sociais. Os processos sociais implicados na formação e conservação da identidade são determinados pela estrutura social (BERGER, LUCKMANN, 1999, p. 132).

As estruturas sociais históricas particulares engendram tipos de identidade que são reconhecíveis em casos individuais. Assim, os tipos de identidade podem ser observados na vida cotidiana e também na extracotidiana. A identidade é fruto de uma dialética entre o indivíduo e seu meio social, sendo influenciada por toda a totalidade do social (religioso, político, econômico, etc.). As instituições sociais, os papéis sociais, a tradição, e as formas de legitimação social são o substrato que constroem a identidade. Cada um, de sua forma, ajuda a caracterizar a identidade coletiva, que será mais ou

menos coesa, dependendo da força com que as representações sociais estejam presentes.

Neste diapasão, o turismo cultural recobre um espectro muito amplo de interesses, tanto pela diversidade de modalidades artísticas como pelos níveis ou origens de expressão: popular, de massa, erudita, urbana, rural, nativa, etc. O que parece caracterizar mais fortemente o segmento é a intenção de apreciar manifestações e obras de arte, seja pelo aspecto estético ou histórico.

O turismo cultural apresenta níveis diversos de programação, tanto quanto em modalidades artísticas como na amplitude do interesse. Os roteiros mais genéricos normalmente incluem visitas a museus e construções de relevante valor arquitetônico, como igrejas e palácios. Atraem pessoas que pretendem experimentar a sensação de observar de perto obras culturais importantes. Mas existem interesses bastante específicos, como, por exemplo, conhecer os locais em que viveu determinado artista, procurar entender, a partir desse contato, o ambiente e as circunstâncias que motivaram a criação das obras, etc.

Dentre os mais variados segmentos, o turismo cultural é o que tem recebido uma maior valorização por parte de estudiosos. Portanto, sabe-se que qualquer que seja o segmento, a cultura vai estar sempre presente, facilitando um intercâmbio entre povos, incluindo o consumo de bens culturais. Ele engloba todos os aspectos das viagens pelos quais o turista conhece a vida e o pensamento da comunidade receptiva. Por isso se apresenta como uma ferramenta importante para promover as relações culturais e a cooperação internacional. De outro lado, estimular os fatores culturais dentro de uma localidade é um meio de fomentar recursos para atraírem visitantes. O turismo pode ser estimulado não só como um meio de conhecimento, mas também como uma forma de transmitir uma imagem favorável ao visitante.

Segundo Andrade (1976), o termo turismo cultural também designa uma modalidade de turismo cuja motivação do deslocamento se dá com o objetivo de encontros artísticos, científicos, de formação e de informação. Daí que, as características básicas ou fundamentais do turismo cultural não se expressam pela viagem em si, mas por suas motivações, cujos alicerces se situam na disposição e no esforço de conhecer,

pesquisar e analisar dados, obras ou fatos, em suas variadas manifestações, como: representações religiosas, rotas e roteiros, festivais de música, cinema e teatro, manifestações populares, lendas, exposições de arte, entre outras.

No turismo cultural, o termo cultura, abrange tanto a cultura própria do turista como o conjunto, idéias e criações dos mesmos, em seu contato com novas realidades e convivências diferentes. E a motivação do turismo cultural depende bem mais dos turistas do que da cultura dos locais visitados, pois é de certa forma, através dos turistas que a cultura local se torna, de fato conhecida. Além de melhorar a autoestima da comunidade visitada e fornecer oportunidade para um melhor conhecimento da cultura alheia (SOUZA, 2000, p. 143).

O turismo cultural abre perspectivas para a valorização e revitalização do patrimônio, do revigoramento das tradições, da redescoberta de bens culturais materiais e imateriais, muitas vezes abafadas pela concepção moderna. A identidade cultural é – sobretudo – um fato cultural e político que propõe a consciência da soberania e da autodeterminação. O turismo cultural quando valoriza as culturas locais, principalmente pela sua singularidade, estimula a recuperação e a revitalização de patrimônios materiais e pode gerar rendimentos econômicos para pequenas e médias cidades se as mesmas tiverem um projeto de valorização e aproveitamento daquele potencial.

Na medida em que o interesse estético ou histórico mistura-se com o interesse recreativo e de lazer, cedendo espaço para a participação lúdica ou o divertimento puro e simples, as fronteiras entre o turismo cultural e o turismo de lazer (ambos de amplo espectro) tornam-se muito tênues. A área cultural onde mais se manifesta esse cruzamento é a cultura popular. Se, por um lado, as festas folclóricas tendem a se transformar em espetáculos, com requintes de produção em muitos casos, conservam sempre uma reserva para a participação popular ativa. Começando como entrudo, uma manifestação bruta e desorganizada de liberação de comportamentos, o Carnaval passou a ser realizado em torno de grupos musicais, primeiramente os ranchos, depois as escolas de samba. Estas, especialmente no Rio de Janeiro, atingiram tal nível de apelo popular que ganharam áreas especiais para desfilar, competindo entre si e atraindo

turistas do mundo todo. Enquanto as escolas passavam a espetáculo para ser apreciado, os bailes de salão e os desfiles de bandas ou festas de rua continuaram possibilitando a participação das pessoas.

Fenômeno semelhante, embora em dimensões mais modestas, começou a ocorrer com o boi-bumbá, manifestação tradicional da cidade de Parintins, no interior do Amazonas. É uma festividade em que duas agremiações, o boi Garantido (de cor vermelha) e o boi Caprichoso (cor azul), desenvolvem uma espécie de competição que mobilizam torcidas como numa disputa esportiva. De certo modo, a festa mistura o folclore com uma animação carnavalesca, cada grupo com levantadores oficiais, lembrando os puxadores de samba-enredo das escolas. As toadas de boi-bumbá acabaram sendo divulgadas em todo o país, através de grupos musicais que se multiplicaram rapidamente. Com o sucesso, o Festival passou a ser organizado em bases profissionais, chegando a criar franquias para apresentações em outras localidades e até para cruzeiros marítimos (VEIT, 1997).

É importante ressaltar que o turista de hoje é mais exigente, na medida em que ele se integra na cultura local, vivencia seus costumes e não usufrui apenas suas belezas e atrativos naturais. O turista está em busca do diferente, do criativo, do novo, de algo que possa aguçar sua imaginação. Esse “diferente/exótico” buscado passa pelo resgate e manutenção da cultura local, daquilo que a diferencia das demais, de seu passado histórico, de seu artesanato, de suas danças, de sua arquitetura, de sua música, enfim, de tudo aquilo que a torna “*sui generis*” aos olhos do outro.

O TURISMO CULTURAL NO RN

O Rio Grande do Norte sempre se destacou por possuir um turismo com ênfase em seus recursos naturais. Ou seja, o chamado modelo binômio “sol e mar”, concentrando efetivamente, o turismo em sua capital, Natal, e em praias próximas, como por exemplo, Pipa e Barra de Cunhaú (respectivamente nos municípios de Tibau do Sul e Canguaretama) (SANTOS, 1994). Assim também, mais atualmente, como desponta o Município de São Miguel do Gostoso (TAVEIRA, 2015). Fenomenologicamente,

diferentemente da Bahia e de Salvador, que guardam um exuberante patrimônio histórico e cultural, o Rio Grande do Norte praticamente centraliza a produção de seus atrativos no turismo “sol e mar”, quase não existindo opções ou construção de um turismo cultural.

Apesar da intensidade constante e temporal na busca desse tipo de turismo de lazer específico (“sol e mar”), atualmente percebe-se uma diminuição na busca de turistas por esse segmento. Como aponta Barbosa: “investigações contemporâneas mostram estar diminuindo o interesse de turistas pelo binômio (*sic*) praia-sol, ao mesmo tempo em que se desenvolve o interesse por atrativos e natureza e por atrativos da cultura” (BARBOSA, 2004, p. 22). Esta tendência se liga (talvez?) a uma busca de formas alternativas de atrativos turísticos, principalmente aqueles que estão ligados ao turismo cultural. No Rio Grande do Norte, transparecem algumas tentativas iniciais de se efetivar e consolidar essa modalidade turística, mas isso ainda ocorre, como mostraremos adiante, de forma incipiente e sem planejamento efetivo, o que impossibilita sua ampliação e continuidade.

O exemplo mais típico é o caso dos grandes eventos culturais da cidade de Mossoró que, de certa maneira, já fazem parte do calendário local e regional. São especificamente: “Chuva de Balas no País de Mossoró”, que ocorre no mês de junho, juntamente com o projeto “Mossoró Cidade Junina”; “Auto da Liberdade”, no mês de setembro; e o “Auto de Santa Luzia” no mês de dezembro.

Nestes eventos é nitidamente clara a preocupação de construir momentos culturais apoteóticos, onde as pessoas possam ser atraídas pelo espetáculo. Grandes palcos e estruturas são montados e, durante os dias do evento, são apresentados repetidamente, lembrando os velhos autos medievais e coloniais. Na tradição festiva brasileira, o comum era que as festas saíssem do âmbito religioso para o espaço profano, onde a festa e o espetáculo se mostram como elementos agregadores e renovadores sócio-culturais.

A partir de meados do século XIX, quando os primeiros comerciantes, principalmente aqueles vindos das províncias da Paraíba e do Ceará, mas também da Europa, se instalam em Mossoró, com suas casas comerciais de importação e exportação

de mercadorias, inicia-se a formação, segundo Felipe (2001, p. 34) de uma “consciência de que está produzindo um lugar - uma cidade que eles pretendem, por meio do ‘sonho econômico’, que se transforme em um centro cosmopolitano”.

Com o passar do tempo e com a consolidação da elite “Rosado”, estes passam a se apropriar da memória da cidade, reforçando seus heróis e recriando seus mitos, restabelecendo novas datas históricas e sagradas. Uma das formas pelas quais isso foi possível deu-se na construção dos chamados Autos festivos, *epifanias celebrativas* dessas tradições inventadas.

Como lembrou Lacerda Felipe, no caso de Mossoró, “os Rosados se colocam como os guardiões da memória da cidade, os “animadores culturais” que, por intermédio das festas cívicas, solenidades e outros rituais mantêm o culto aos heróis do passado e ajudam no nascimento dos novos mitos que fazem na luta do tempo presente (FELIPE, 2001, p. 35).

O primeiro dos “Autos” a serem encenados em Mossoró foi aquele o religioso, e está ligado à sua festa de sua Padroeira: Santa Luzia. Momento de efervescência cultural e de sociabilidade da sociedade mossoroense, a festa de padroeira enseja muito mais que o puro e lúdico ato de divertir-se. Representa também a perspectiva de se reencontrar com outros membros da sociedade a que pertence; ir de encontro a uma rede de representações e de símbolos que emprestam sentido ao viver em comunidade e do sentir-se pertencente a este grupo comunitário e societário.

A identidade aqui reforçada é a tradição do gado, do sertão, das lidas passadas com a terra e com a seca. O homem fortalecido que conseguiu superar as vicissitudes do sertão com as bênçãos de Santa Luzia. Nas margens do Rio Mossoró, o processo de passagem da pequena vila pastoril à cidade mercantil foi se dando. Santa Luzia marca essa trajetória tornando-se o elo cultural de permanência entre a tradição pecuária que se foi e a modernidade que se achegou e assumiu seu lugar (BRANDÃO, 2012).

Os demais Autos também estão ligados à história de Mossoró e de como essa história é reconstruída e reapropriada miticamente pela sociedade. Tanto no espetáculo teatral ao ar livre “Chuva de Balas no País de Mossoró”, quanto no congênere “Auto da Liberdade”, há uma clara reinterpretação da história, havendo uma supervalorização de

micro-eventos, cuja relevância externa é mínima, mas que passaram a ser, principalmente após da década de 1980, extremamente singulares para os mossoroenses (BRANDÃO, 2012).

No espetáculo “Chuva de Balas no País de Mossoró”, essa reapropriação se dá numa clara escolha das elites políticas locais, notadamente o grupo Rosado que soube dar um resignificado aos fatos, criando uma valorização da força e valentia do homem mossoroense no enfrentamento do cangaço. O evento apoteótico relembra quando Lampião e seu bando, em 1927, tentara invadir a cidade, sendo rechaçado pela população, numa nítida representação da força e da valentia que é associada à liderança do Intendente Rodolfo Fernandes, organizador da resistência. O auto, em si, longe de ratificar a figura do intendente (cargo equivalente ao prefeito nos dias atuais), indica e valoriza o brio do povo, sua luta heroicizada contra o “bando” de Lampião (BRANDÃO, 2012).

Encenado ao ar livre, o Auto é protagonizado inteiramente por artistas da terra e ocorre no adro da Capela de São Vicente (um dos locais da defesa da cidade, que ainda guarda as marcas da refrega entre as tropas defensoras e o os cangaceiros). O texto lembra o episódio histórico de modo simples e contrapõem ideologias, além de insinuar a presença do povo entre as duas forças antagônicas: o poder constituído, de um lado, os cangaceiros, do outro.

Sob o comando do intendente, uma pequena guarda da cidade (cerca de 150 homens), afugenta o bando de Lampião (cerca de 50 homens). Com apoio de populares, armando barricadas e esperando a vanguarda do bando, Rodolfo Fernandes (membro da oligarquia Fernandes ligada à produção algodoeira) encarnaria o símbolo do sertanejo e mossoroense que enfrenta as agruras da vida com valentia, elementos presentes no Auto e nos discursos cotidianos. Valentia, “macheza”, coragem, características que se associam à identidade mossoreense, não apenas ao reviver o espetáculo, mas mesmo nos discursos políticos de suas elites (BRANDÃO, 2012).

Por sua vez, o “Auto da Liberdade” explora a valorização da libertação antecipada dos escravos em Mossoró, enaltecendo a pretensa emancipação da escravatura. Mossoró, naquele momento histórico era uma cidade que possuía forte vocação

mercantil, sendo seu número de escravos inexpressivo em relação a outras regiões do estado, como a Zona Canavieira no Vale do Ceará-Mirim, por exemplo. Além disso, com a crise pós 1880, muitos dos escravos já haviam sido vendidos para regiões do Sudeste cafeeiro. Mesmo assim, o pioneirismo mossoroense foi ímpar, saudado pela campanha abolicionista local e a formação da Sociedade Libertadora Mossoroense. O Auto ratifica a vanguarda libertadora da cidade, fortalecendo as representações de liberdade e de pioneirismo de Mossoró (BRANDÃO, 2012).

O que os Autos remetem, essencialmente, é uma maior coesão e fortalecimento da tradição (inventada ou não). A repetição anual dos ritos, se assim pudermos pensá-los, remetem à construção de um distanciamento do livre exame, fazendo convergir para um único e mesmo alvo: uma identidade reconstruída a partir de valores escolhidos, ou não, que atendem aos interesses particulares das elites locais. Essas representações sociais e esses símbolos que são apontados nesses autos, ajudam a nutrir a vida social de suficiente intensidade e permitem sustentar determinados valores políticos e sociais.

A valentia, o brio, a coragem, a determinação e a fé são os elementos significativos que são reproduzidos e reapropriados nesses Autos. Dramatizados em rituais e relatados em “mitos”, ajudam a resumir, ao menos para aqueles que “vibram com eles”, tudo que se conhece sobre a forma como Mossoró é vista, a qualidade de vida que ela enseja, a maneira como deve comportar-se quem nela mora, e a maneira como se vê dentro dela. De alguma forma, o “País de Mossoró” é re(construído) identitariamente nesse processo. Processo que, como já dissemos, passa por escolhas políticas e modelos de como a cidade “pode” e “deseja” ser pensada. Para as elites locais, essas tradições tornam-se instrumentos políticos que utilizam para: de um lado demonstrar rebeldia e modernidade; mas de outro, reforçar o conservadorismo e a manutenção de seu *status quo* (FELIPE, 2001).

Deixando de lado as especificidades históricas, que aqui não são nossa preocupação central, voltemos à questão primordial: o turismo cultural e suas possibilidades. Dos três eventos supracitados, apenas o “Chuva de Balas no País de Mossoró” e, conjuntamente, o “Mossoró Cidade Junina”, podem ser tratados como eventos onde existe uma possibilidade de se concretizar essa modalidade turística no

momento atual. Isto porque, a cidade nesta época disponibiliza toda uma estrutura turística capaz de dar conta de um afluxo mínimo de turistas para o local. Não me refiro apenas a hotéis e restaurantes, o que a localidade já possui minimamente – embora em número insuficiente para uma demanda maior –, mas a uma estrutura de banheiros públicos, comércio de artesanato, estrutura de deslocamento, que em Mossoró é extremamente precária, e um sistema de guias turísticos locais que privilegiem não apenas o espetáculo, mas o patrimônio histórico e cultural local (gastronomia, arte, manifestações da cultura popular etc.).

Mais importante e, de certa medida, crucial, é a ausência de planejamento estruturado que permita a integração dos eventos enquanto políticas públicas efetivas, tanto por parte da Prefeitura Municipal de Mossoró, quanto por parte do Governo do Estado do Rio Grande do Norte. O “Mossoró Cidade Junina”, por exemplo, não possui um comitê gestor permanente e patina no amadorismo anual. Construído cada vez mais às pressas, corre o risco de se resumir aos mega espetáculos da indústria cultural. Suas quadrilhas juninas, sanfoneiros, teatro de mamulengos, autos, repentistas e demais atrações são relegadas cada vez mais ao abandono por parte da Prefeitura Municipal e seus gestores.

Assim, se existe o evento, ainda não há a estrutura para recepcionar um *quantum* significativo de turistas. Mesmo assim, os eventos crescem gradativamente, o que talvez – aqui especulo – enseje uma necessidade de adequação estrutural para se preparar para essa demanda (bem ao estilo nacional de “apagar incêndios”). Tão grave quanto à questão de infraestrutura e de planejamento, porém, é a própria natureza dos eventos, que correm o risco de se descaracterizarem ou mesmo não mais ocorrerem⁴.

Outro exemplo significativo, embora de menor relevância no que tange ao turismo cultural em si (em termos de demanda de turista, obviamente), é o caso da

⁴ Fundamental apontar que, com atual crise da PETROBRÁS e a crise política e econômica que assola o Brasil, os repasses dos “royalties” da estatal, que permitiam o financiamento dos eventos em Mossoró, município polo na extração de petróleo em terra, no RN, vários dos eventos praticamente deixaram de ocorrer nos últimos anos, como o “Auto da Liberdade”. O próprio “Mossoró Cidade Junina”, diante da crise, também passou a ser ameaçado, além de alvo de críticas por parte da sociedade local, que padece na falta de infraestrutura e serviços básicos (como saúde) em detrimento ao financiamento dos eventos, além de profundos problemas na área da Segurança Pública. Sobre essa relação local entre Segurança Pública e Turismo em Mossoró, indicamos o artigo de Brandão e Costa (2015).

“Festa de Sant’Ana de Caicó”. Ocorrendo nos dez últimos dias do mês de julho de cada ano, a festa da padroeira de Caicó tende a atrair, na visão de alguns, uma multidão que vão se encontrar na cidade sertaneja para festejar Sant’Ana. Mas, numa análise mais cuidadosa, isso efetivamente não ocorre (BRANDÃO, 2002). A Festa de Sant’Ana de Caicó é, essencialmente, um evento que diz respeito aos caicoenses. Mas, existe uma forte demanda de turistas, embora sejam esses efetivamente caicoenses migrantes, seus familiares e amigos.

A Festa de Sant’Ana de Caicó é o evento aglutinador, sociocultural-religioso de uma expressão de saudade e de identidade. Ela passa a ser vista como aquele momento onde aquele caicoense saudoso e distante pode reencontrar seus amigos e tudo aquilo que o faz *ser caicoense*. Este instante de reencontro e sociabilidade agrega-se com o ver, sentir e estar na terra onde nasceu ou onde foi criado. Além disso, a Festa conjuga em si espaços para a saudação do religioso e do profano onde os visitantes e os caicoenses voltam suas atenções para aqueles símbolos que os identificam (BRANDÃO, 2014).

Ir à Festa de Sant’Ana passa a ser uma peregrinação necessária ao caicoense distante. Sant’Ana torna-se um marco em sua vida, não simplesmente pela fé, mas por conjugar em si, as representações sociais acerca do que é o *ser caicoense*. Sant’Ana torna-se esse símbolo identificador mais forte por ser ela a principal homenageada no momento da Festa. Ela não é a Festa em si, mas ela congrega essas aspirações e [re]atualizações identitárias que se processam neste período e que se seguem mais além. “Caicó de Sant’Ana”, ou, “Sant’Ana de Caicó”, passam a ser sinônimos significativos, onde o sentido de um não existe sem a presença do outro (BRANDÃO, 2014).

Essa [re]construção de identidade se processa durante a Festa de Sant’Ana, indo, porém, além dela. A associação dos indivíduos com a Festa é realizada através da auto-identificação com elementos que, para estes, definem o ser caicoense. Dentre estes elementos destacam-se símbolos materiais e espirituais, hábitos culturais e vultos e personagens da história local. Dos primeiros é possível perceber: o açude Itans, o poço de Sant’Ana, a Catedral de Sant’Ana, o “Arco do Triunfo”, as Serras e os dois rios que cortam a cidade (Barra Nova e Seridó), a própria cidade de Caicó, a seca, os muros de pedra, as festas tradicionais, etc. Dos hábitos culturais podemos citar: “a hospitalidade

da cidade”, “sua calma”, “a força e o brio do caicoense frente à seca e às dificuldades”, “a capacidade deste de adaptação”, “sua inteligência”, etc. (BRANDÃO, 2014).

Todos esses símbolos, construídos ao longo do tempo e da história são parte integrante das representações sociais que definem, também, o *ser caicoense*. Este se identificar com Caicó é também um identificar-se com aquilo que a torna *sui generis* para a região e para as demais cidades do Estado e do sertão nordestino. Antes de ser norte-riograndense ou sertanejo, o caicoense é do Seridó e de Caicó, e esta ênfase é sempre ressaltada por todos eles.

Durante a Festa, além de todos esses elementos serem reafirmados, outros são postos à tona. Durante a Feirinha de Sant’Ana, por exemplo, além de se perceber a forte divisão na ocupação espacial da mesma, onde a estrutura social é fortemente enfatizada, é possível perceber como o ato de comer e beber juntos pode demonstrar essa [re]construção identitária (BRANDÃO, 2002).

Assim, embora para os caicoenses, a festa de Sant’Ana apareça como um mega-evento, ela na verdade não pode ser considerada enquanto um evento capaz de tornar-se ainda turisticamente viável, pelo menos enquanto perdurar a atual infraestrutura. Isto por fatores que são também estruturais. Embora nos últimos anos tenha havido grandes investimentos públicos, como a urbanização da “Ilha de Sant’Ana” (com recursos do Governo do Estado e do Governo Federal), a cidade ainda dispõe de uma equipagem incipiente: poucos hotéis (apenas um de médio porte), poucos restaurantes etc. Mesmo assim não fosse, não há eventos e atrativos para manter esses equipamentos viáveis ao longo do restante do ano, o que fatalmente inviabilizaria sua existência contínua dos mesmos, sem uma integração com outros eventos ou atrações culturais, gastronômicas ou mesmo de lazer.

Um último exemplo que aqui gostaríamos de abordar é o caso da capital, Natal e de seu entorno. Embora possua um significativo patrimônio histórico e cultural, o turismo cultural ainda é extremamente incipiente. O grande evento cultural que a cidade disponibiliza é o “Auto de Natal”, que, pela infraestrutura precária, pouco atrai (embora as comemorações do “Natal em Natal” tenham recebido certo suporte no ano de 2015,

ainda fica a incerteza se será mantido enquanto política pública⁵). Fora este, tem-se o Carnatal, “micareta” (carnaval fora de época) que ocorre no início de dezembro. Embora esta atraia uma quantidade significativa de visitantes, há uma longa discussão acadêmica para saber até que ponto esse evento pode se encaixar efetivamente enquanto turismo cultural, sendo muito mais pensado como um “turismo de evento” inserido na chamada “indústria cultural” (VALLADÃO, 2008).

Em termos de estrutura turística, Natal é o único local no Rio Grande do Norte que possui condições de receber uma grande demanda de visitantes. Mas, devido a políticas públicas e empreendimentos voltados essencialmente para o turismo de “sol e mar”, não se buscou concretizar e trabalhar com atrativos culturais passíveis de absorver essa demanda. Existem preocupações nesse sentido: tem-se uma maior valorização de manifestações da cultura popular, de espaços arquitetônicos e históricos (principalmente no centro da cidade), da gastronomia local, de roteiros alternativos onde espaços até então desvalorizados – como a feira do Alecrim e o Cemitério do Alecrim, por exemplo – passam a serem vistos como atrativos.

Como apontou estudo sobre turismo cultural em Natal, existe a necessidade de adoção de novas práticas e novos produtos turísticos na cidade do Natal. Várias manifestações artísticas existem enquanto potencial turístico, principalmente a partir da percepção dos chamados “*stakeholders*” (dentro do turismo eles são as pessoas envolvidas na atividade, tais como: empresários de hotéis e restaurantes, agentes de viagem, secretário de turismo, os turistas e diversos outros). Segundo os pesquisadores, Natal apresenta um potencial para o desenvolvimento do turismo cultural, e que as diversas manifestações artísticas são importantes ferramentas para isso; na mesma medida, os turistas esperam por novos produtos turísticos, dentro desse segmento. Porém também é necessário obter uma atenção maior dos *stakeholders*, ligados ao

⁵ O mesmo pode ser dito em relação ao “Carnaval de Natal” que, por quase três décadas, permaneceu relegado ao segundo plano e a um profundo abandono. Neste ano de 2016, a Prefeitura Municipal do Natal ocorreu em investimentos e atrações na tentativa de construir um “Carnaval Multicultural” na cidade. A primeira tentativa vem animando diversos setores e, caso mantida como política pública de turismo, pode vir a construir efetivamente um evento que desperte o turismo cultural.

serviço da atividade turística, para desenvolver outras modalidades do turismo que não seja apenas o de sol e mar (ARAÚJO, POSENATTO, NASCIMENTO, 2010).

Uma alternativa também possível foi apontada por Valéria Ferraz (2010) em seu estudo sobre a ZEPH (Zona Especial de Preservação Histórica) do Bairro da Ribeira, onde a autora analisa a possibilidade de utilização desta nova acessibilidade (facilidade de acesso) em benefício do surgimento de uma infraestrutura de apoio a um tipo de turismo visto atualmente como possível diversificação para áreas monopolizadas pelo turismo de sol e mar (caso da capital potiguar). Ao mesmo tempo, sendo o Bairro da Ribeira sede de equipamentos culturais tradicionais da cidade e detentor de um conjunto edificado (histórico e cultural) que é uma das imagens síntese do bairro, teme-se que este aumento no potencial de movimento e fluxos de usos estimule a especulação imobiliária e a implantação em massa de um tipo de atividade incompatível com a preservação do patrimônio arquitetônico (o que, da data da realização da pesquisa até hoje, terminou não acontecendo, nem num sentido e nem no outro).

Mesmo assim, como já ressaltado, isto ainda é insignificante diante da enorme demanda e oferta do turismo do lazer pautado na praia e nas diversões ligadas a este espaço. O que vem sendo efetivamente explorado ainda é extremamente aquém daquilo que poderia ser realmente trabalhado.

Dito tudo isto, ousamos apontar que, de maneira estruturada, não há turismo especificamente cultural no RN. Não há uma destinação de turistas especificamente com a finalidade de visitar ou conhecer algum atrativo cultural do Estado. Não se visita nenhuma cidade devido ao seu patrimônio cultural e histórico. Mesmo o turismo de eventos ainda é incipiente e apenas engatinha rumo a um futuro incerto. Mas, há demandas e há perspectivas a serem exploradas.

UMA CONCLUSÃO POSSÍVEL: TURISMO CULTURAL E DIVERSIDADE CULTURAL

Quando geralmente abordamos a temática do turismo cultural temos a vaga consciência de que estamos pisando em um terreno bem familiar, principalmente para nós, brasileiros, que nos orgulhamos de pertencer a um Estado Nação que se caracteriza

e se diferencia dos demais países por possuir uma rica diversidade cultural. Mas, longe da visão comum, o turismo cultural esconde algumas idiossincrasias quase que imperceptíveis.

Bem, quando nos referimos ao turismo cultural, estamos nos referindo também à diversidade cultural, algo que é inerente ao homem. Em toda a sua longa história, o homem caracterizou-se por ser um animal *sui generis*, ou seja, único. Enquanto toda a natureza seguia lentamente o caminho da adaptação biológica e escolhia, para cada espécie, uma única forma de viver e sobreviver, o homem firmou suas características biopsicossociais e passou para uma nova forma de adaptação: a cultural. Isto mesmo, num determinado período de nossa história (com o aparecimento do *homo sapiens sapiens*, ou seja, nós...) deixamos de evoluir simplesmente, ao menos como a biologia e a genética assim compreendem esse termo. Nossa “evolução” passou a ser cultural e, para ser mais preciso, educacional.

O homem passou a lentamente construir ferramentas, dominar o fogo, construir abrigos e a consolidar laços de solidariedade social. Tudo isto numa escala titânica de tempo para nós. Imagine que, geração após geração, todo este saber ia sendo repassado através simplesmente do processo educacional. Assim cada nova geração adaptava melhor aquilo que a outra ia repassando-lhe, possibilitando-nos a acumular conhecimentos e a tornar nossa cultura cada vez mais complexa.

Sim, mas e o que isso tem a ver com a diversidade cultural humana? Bem, o mais fantástico de tudo isto é que, dado as possibilidades de respostas possíveis para os mesmos problemas que o homem enfrentava (frio, fome, calor, chuva, criar filhos, etc), cada povo, cada agrupamento humano que ia separando-se uns dos outros na sua migração e ocupação contínua da terra, foram fornecendo respostas diferentes a tudo isso. Deste modo, lentamente foram firmando-se culturas diferenciadas, nascidas da intensa capacidade humana de fornecer respostas variadas e complexas a problemas também variados e complexos.

Dáí que não podemos jamais falar de uma cultura humana (e, embora não caiba aqui esta discussão, nem mesmo de “raça(s) humana(s)”). Devemos sim falar de culturas humanas. Diversas, multicoloridas, multilíngues, multibelas. Cada uma fruto de uma

interminável correlação de suas sociedades com a natureza, consigo mesmos e com outros povos e culturas. Cada uma devidamente consolidada e sempre mudando.

No Brasil, a diversidade cultural é sempre vista como um fator quase que exclusivo de nossa identidade. Somos efetivamente um país que congrega – pelo seu recente “fazimento” e história – uma ampla gama de elementos que nos fazem diversos: culinária, danças, modos de falar e gesticular, formas de ver o mundo, etc. Essa diversidade, mais do que nunca é celebrada como algo do que o Brasil tem de ensinar a toda a humanidade (RIBEIRO, 1995).

Isto porque, no mundo afora diversidade cultural não é sempre vista como algo positivo. Num paradigma globalizante e secularizante, onde a cultura tende a uma padronização e racionalização extremas (porque não dizer, uma “macdonaldização”), o diferente nem sempre é tratado como algo bem vindo. Não trato aqui da tendência natural dos povos de tomarem sua cultura como algo mais importante (etnocentrismo) e, por isso, tenderem a rejeitar as demais. Refiro-me a um amplo processo de exclusão e de uniformização cultural que, ou levará as nações e culturas periféricas a uma incorporação e aniquilação, ou as jogará à margem e exclusão absoluta do sistema.

Gostaríamos de retomar, conclusivamente, com uma reflexão esboçada pelo escritor português José Saramago em sua obra “A Caverna”. Será que estamos acorrentados à sombra do sistema produtor de mercadorias e não concebemos que nossos estilos tradicionais de vida (que sofrem modificação é claro) estão em vias de serem totalmente absorvidos pelo faustoso (de Fausto mesmo) mundo dos *Shoppings Centers* e do cartão de crédito? E o oleiro, para onde vai? Tudo será igual a tudo o mais? É este o nosso “admirável mundo novo”?

É neste sentido que refletimos sobre o turismo cultural. O turismo do lazer é massificante, desagregador e não consegue, efetivamente, permitir uma valorização da diversidade cultural e de suas manifestações locais. Podemos afirmar que, mesmo embrionariamente, o Rio Grande do Norte possui – como demonstrado – alguns potenciais eventos turísticos-culturais que se possuírem o incentivo público e privado necessário, poderão ser uma alternativa viável.

O grande legado do turismo cultural não é apenas condicionar possibilidades de emprego, renda e dinamização econômica. Seu maior presente é possibilitar uma salvaguarda das múltiplas manifestações culturais diante do avanço racionalizante e padronizador da globalização. Longe de ser apenas uma alternativa estruturante, o turismo cultural tende a ser um novo viés de sobrevivência do legado cultural humano em sua gigantesca diversidade. Afinal, ao proteger nossa aldeia, “desparafraseando” e reinventando a máxima de Tolstói, protegemos toda a humanidade.

SOCIO-CULTURAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT AND TOURISM CULTURAL DILEMMA IN RIO GRANDE DO NORTE

ABSTRACT

This article discusses the possibilities of construction and realization of Cultural Tourism in the state of Rio Grande do Norte, Northeastern Brazil. Despite its potential vocation for tourism "Sea and Sun", the state presents situations and events that invested and leveraged, can come to characterize a future tourist potential in this sector. Nowadays, the lack of planning and underinvestment in the area make it impossible to form, although the picture can change.

KEY-WORDS: CULTURAL TOURISM. DEVELOPMENT. RIO GRANDE DO NORTE.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente. **Fundamentos e Dimensões do Turismo**. 8 ed. Belo Horizonte: Editora Ática, 1976.

ARAÚJO, Richard Medeiros de, POSENATTO, Amanda F. G., NASCIMENTO, Ana Cléia. Cultura e as manifestações artísticas como um atrativo turístico em Natal - RN: um estudo na percepção dos stakeholders. In: **HOLOS**, Ano 26, Vol. 3, IFRN: Natal, 2010. p. 1-17.

BARBOSA, Andréia et al (Org.). **Turismo: Cultura, lazer e Possibilidades de Intervenções**. Natal: BNB, 2004.

BARRETO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural: As possibilidades do Planejamento**. Campinas, SP: Papyrus, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Ensaios sobre o conceito de cultura**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2015.

BERGER, Peter, LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

BRANDÃO, Thadeu de Sousa. **A Senhora do Sertão**: a Festa de Sant'Ana de Caicó. Natal: UFRN/CCHLA, Dissertação de Mestrado, 2002. (*mimeo*).

_____. Festa e Identidade no "País de Mossoró": uma contribuição para a sociologia do turismo. In: **Turismo, Estudos e Práticas**, UERN, Mossoró/RN, vol. 1, n. 2, jul./dez. 2012. p. 10-28.

_____. Festa, Alimentação e identidade: a Feirinha da Festa de Sant'Ana de Caicó. In: **Turismo, Estudos & Práticas**, UERN, Mossoró/RN, vol. 3, n. 1, jan./jun. 2014. p. 51-78.

BRANDÃO, Thadeu de Sousa, COSTA, Jean Henrique. Um olhar sobre a violência homicida em Mossoró/RN/Brasil e sua relação com o turismo de eventos. In: **TURYDES**, Revista Turismo y Desarrollo Local, Vol. 8, Nº 18, junio/junho 2015. p. 1-27.

FELIPE, José Lacerda. A (Re) Invenção do Lugar: Os Rosados e o "País de Mossoró". In: **Revista Território**, Rio de Janeiro, Ano VI, Nº 10, Janeiro/Junho, 2001. p. 33-49.

FERRAZ, Valéria de Souza. **Turismo cultural na ZEPH-Ribeira**: possibilidades e limitações. Natal: UFRN, Dissertação de Mestrado, 2008. (*mimeo*).

FUNARI, Pedro Paulo P. A PINSKY. **Turismo e Patrimônio Cultural**. 3ª Ed. São Paulo: Contexto, 2003.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1989.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 3. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HOBBSAWN, Eric, RANGER, Terence (Orgs.). **A invenção das tradições**. Tradução de Celina Cardim Cavalcante. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 16 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

SANTOS, Paulo Pereira dos. **Evolução econômica do Rio Grande do Norte**: do século XVI ao século XX. Natal: Clima, 1994.

SOUZA, Armindia M., CORRÊA, Marcus Vinicius M. **Turismo**: Conceitos, definições e siglas. 2 ed. Manaus: editora Valer, 2000.

TAVEIRA, Marcelo da Silva. A turistificação de São Miguel do Gostoso: a internacionalização da “Cidade dos Ventos”. In: **TURYDES**, Revista Turismo y Desarrollo Local, Vol. 8, Nº 19, diciembre/desembro 2015. p. 1-16.

VALLADÃO, Rafael. Micareta e “amor líquido”: a influência ideológica da indústria cultural sobre o corpo do micareteiro. In: **Revista Ciência Online**, Volume 3, 3º Trimestre, 2008. p. 170-182.

VEIT Luciana. **Folclore entra nos roteiros de viagem**. São Paulo, Jornal Folha de S. Paulo, 13/07/1995.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 07. nov. 2015

Aprovação Final: 28. fev. 2016

Referência (NBR 6023/2002)

BRANDÃO, Thadeu de Sousa; BRANDÃO, Sheyla Paiva Pedrosa. Desenvolvimento econômico e sociocultural e os dilemas do turismo cultural no Rio Grande do Norte. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 5, n. 1, p. 180-204, jan./jun. 2016.