

TURISMO CULTURAL: UM OLHAR SOBRE AS MANIFESTAÇÕES DE ATRATIVIDADES ENCONTRADAS NAS FEIRAS POPULARES DO BRIQUE DA REDENÇÃO EM PORTO ALEGRE- RS, BRASIL, E A FEIRA DA PRAÇA MATRIZ EM MONTEVIDÉU NO URUGUAI*

Paola Luciana Rodriguez Peciar

RESUMO: O Turismo Cultural é uma atividade que proporciona o acesso ao patrimônio cultural de uma comunidade, ou seja, tudo aquilo que é criado pelo homem bem como seus usos e costumes, com o intuito de promover a preservação e conservação dos mesmos. A partir dessa reflexão, é que foi escolhido o tema deste estudo. Assim, o presente artigo tomou como objetos de estudo duas feiras populares, por entender esses eventos como espaços ricos em manifestações culturais diversas. Suas características fundamentais se constituem em manifestações espontâneas e conseqüentemente legítimas. As feiras pesquisadas foram o Brique da Redenção em Porto Alegre no Brasil e a Feira da Praça Matriz em Montevidéu, no Uruguai. Objetivando diagnosticar nesses eventos as respectivas ofertas que se caracterizam como atrativos turístico-culturais, a metodologia de trabalho utilizada baseou-se em pesquisas bibliográficas e observações *in loco*.

PALAVRAS-CHAVE: turismo cultural - feiras populares - manifestações de atratividade.

Introdução

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

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

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

Com a finalidade de testar a hipótese descrita, o objetivo geral da pesquisa baseou-se em

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

Para a realização dos objetivos do trabalho, foram utilizados dois métodos: a pesquisa de documentação bibliográfica e a observação *in loco*.

O turismo cultural tem como um de seus objetivos o conhecimento completo do homem, suas produções e seu comportamento, buscando a compreensão das manifestações culturais, do comportamento e da vida social, que caracterizam os diferentes sistemas sócio-culturais da humanidade.

Sob este enfoque é que foram escolhidas as feiras Brique da Redenção e Feira da Praça Matriz como objetos de estudo dentro do tema turismo cultural, por tratarem-se de locais de reflexão da expressão cultural local, da identidade e da composição social.

Turismo e Cultura

O homem, durante toda a história de seu percurso, deixou sinais, que caracterizam suas expressões de pensar, sentir, agir e reagir. Entende-se esses sinais, essas vivências, como peças preciosas de um quebra-cabeça que remonta a grande parte da trajetória da humanidade, e como tais devem ser preservados.

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

A partir do momento em que começaram os estudos científicos do turismo, muitas definições têm sido construídas. Dentre uma das mais completas, que assinalam todas as facetas e implicações do fenômeno através de um enfoque holístico sobre o mesmo, aponta-se:

Turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Neste processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de

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

Assim, percebe-se que os conceitos sobre o turismo vêm evoluindo nos últimos anos por tratar-se de uma ciência relativamente recente. Definições que eram válidas há algumas décadas, hoje, devido aos avanços dos estudos na área, já não expressam toda realidade intrínseca do fenômeno ou tornaram-se inacabadas perante a grandeza do mesmo. Portanto, convém ressaltar que:

É preciso despertar a consciência de que, muito antes dos reflexos econômicos, o turismo deve fazer sobressair a importância do inter-relacionamento entre as pessoas dentro de uma consciência de respeito de todos os elementos que formam a cultura do povo (CASTELLI, 1990, p.123).

Do ponto de vista humano do turismo, o mesmo objetiva proporcionar o encontro entre pessoas onde, deste contato, possam surgir laços de amizade, de entendimento e de enriquecimento cultural.

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

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

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

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

Novamente evidencia-se que, entender o turismo como atividade meramente econômica, levando-se em conta apenas suas implicações mercadológicas, sem considerar sua dimensão social, torna inviável tecer considerações sobre a cultura como atributo para a compreensão das razões e do significado da atração turística. Visto sob este aspecto, só é possível considerar a importância da cultura no âmbito do turismo se esta for tomada como resultado da interação da sociedade com o ambiente, ou seja, mais uma vez destaca-se a pertinência da análise do fenômeno turístico sob a ótica social.

“Durante um período de tempo, uma sociedade desenvolve suas próprias tradições, suas próprias atitudes e um estilo de vida que pode ser mais ou menos identificativo. Este estilo de vida é o que normalmente se vincula ao conceito de cultura” (LICKORISH; JENKINS, 1997, p. 99).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Feiras Populares

Durante a Idade Média, as feiras tiveram um papel importante na organização econômica da época. Corrigindo a falta de comunicações fáceis e rápidas elas representavam o ponto de contato entre produtor e consumidor, atraindo portanto, pessoas de locais mais afastados.

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

As feiras não contribuíram somente para o aperfeiçoamento e melhoramento das relações econômicas e jurídicas entre os homens, mas tiveram também um papel importante sob o ponto de vista social e cultural. O homem que vivia curvado sobre a terra encontrava uma oportunidade de se expandir, se divertir e desenvolver seu instinto de sociabilidade. Na feira ele obtinha notícias sobre o mundo que o rodeava, ouvia as histórias dos mercadores, as aventuras, as lendas

e as tradições de outras regiões. Foi talvez este contato entre as pessoas um dos fatores que contribuiu para a solidariedade e formação de um sentimento patriota.

A Feira da Praça Matriz em Montevidéu - Uruguai

A Feira da Praça Matriz é popularmente denominada desse modo por nela situar-se a Igreja da Matriz. Foi inaugurada em 1851 na “Cidade Velha”, que faz parte do centro histórico de Montevidéu onde se deu a origem do povoamento da cidade, mais precisamente entre ruas Sarandí e Juan Carlos Gómez.

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

Entre 1851 e 1871, a praça foi arborizada e nela instalou-se o símbolo da sua identidade, que é uma fonte central. Apesar de todas as transformações que tem sofrido seu entorno, ainda conserva nas suas laterais majestosas testemunhas que a acompanharam através dos séculos: a Igreja da Matriz ou Igreja da Imaculada Conceição e o Cabildo de Montevidéu. Este último serviu como sede carcerária e como sede do poder legislativo até 1925.

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

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

O Brique da Redenção - Porto Alegre - RS - Brasil

A Feira do Brique da Redenção localiza-se no Parque Farroupilha, popularmente chamado de Parque da Redenção, situado no bairro do Bom Fim em Porto Alegre, mais precisamente nos canteiros centrais da Avenida José Bonifácio.

Conforme Abrahão (1997), o Brique deu início as suas atividades em 1978.

Nele são ofertados os segmentos de artesanato, antiguidades, alimentos caseiros e a “Arte na Praça” (reunião de artistas plásticos, como pintores e escultores que expõem seus trabalhos).

Entre os diferenciais que esta feira possui destaca-se o de ser um espaço de cultura e lazer, aberto a todos os tipos de manifestações políticas, bem como populares e folclóricas. Quanto a sua periodicidade, o Brique acontece semanalmente aos domingos, das 09h as 16h.

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

Resultados e Discussões

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

Na forma imaterial enquanto processo, através de outras manifestações culturais, que não as divulgadas em produtos tangíveis, como as apresentações artísticas, pelo qual o povo se identifica consigo mesmo, expressando assim sua autenticidade.

As “estátuas vivas” são apresentações teatrais presentes nas duas feiras. Constituem-se como manifestações artísticas de grande sucesso entre o público, pois interagem com os mesmos de forma simpática e divertida.

Nas pesquisas de campo efetivadas para subsidiar o presente estudo, foram registrados depoimentos de feirantes dos dois países. Na maioria dos depoimentos, percebe-se a dedicação e o gosto que todos têm pela atividade que exercem, bem como o relato dos expositores quanto as suas percepções acerca da cultura e do comportamento do seu povo.

Dessa forma, tomando como reflexão às palavras de alguns dos feirantes das feiras Brique da Redenção em Porto Alegre e da Feira da Praça Matriz em Montevideú, durante a pesquisa de campo, pôde-se definir que para a maior parte dos feirantes, as feiras são seu “ganha pão”, sua fonte de renda.

No entanto, a maioria dos depoimentos ressaltou que, independentemente do simples fato da compra e venda de produtos, surgem destas relações, outras que não as comerciais. O turista, segundo os feirantes, através da compra, e não somente desta, busca nestes eventos interagir-se com o nativo primeiramente fazendo-lhe perguntas sobre os produtos que estão sendo ofertados.

Essas perguntas são freqüentemente sobre quem confecciona e como são confeccionados os mesmos, no caso dos segmentos de artesanato e obras de arte, e também sobre a procedência e a historicidade dos produtos, no caso do segmento de antiguidade.

É importante ressaltar que, segundo os depoimentos coletados e através do método de observação participante, o inter-relacionamento entre os turistas e os feirantes, (estes últimos os representantes da comunidade local), procede com harmonia e respeito. Isto é um ponto elementar para o desenvolvimento do turismo cultural, pois conforme Fellini(1983, p.14) “a população local envolve-se direta e indiretamente com a produção de turismo; isso, pela própria peculiaridade desta atividade: a presença do consumidor no local de produção.”

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

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

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

Enfim, costuma-se dizer que “aquilo que não se acha na feira de Tristán Narvaja é por que não existe”. Segundo Vivalda (1996), o visitante desta feira pode encontrar desde a falsificação mais chula ou até mesmo autênticas peças de cristal assinadas pelo francês Émile Gallé.

Outro ponto comum entre as feiras do Brique da Redenção e da Praça Matriz, diz respeito aa ofertas. Ambas possuem os segmentos de artesanato, obras de arte e antiguidades, mas com algumas variantes. Na feira da Praça Matriz, o segmento dominante é de antiguidades.

Já no Brique, pode-se dizer que o segmento de artesanato é o que predomina, aparecendo também um pequeno comércio de alimentos (lanches), que não consta na Feira da Praça Matriz. Ambas são ricas em manifestações culturais periféricas, como apresentações teatrais, musicais e de dança. O Brique possui o setor chamado “Arte na Praça” onde predominam as obras de arte como esculturas e pinturas, já na feira da Praça Matriz, esses objetos encontram-se misturados com outros segmentos.

Os dois eventos por serem acontecimentos semanais, vivenciados por suas respectivas

comunidades, tornam-se uma alternativa de atrativos turístico-culturais que fogem do convencional, diferentes daquelas atrações dependentes da sazonalidade.

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

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

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

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

A escolha destes eventos como estudo de caso nesta proposta de trabalho, deveu-se a importância e destaque destas feiras. Elas possuem uma característica diferencial de outras feiras que é a de se constituírem como espaços de cultura e lazer, abertos a vários tipos de manifestações populares e folclóricas. Assim, a Feira da Praça Matriz e o Brique da Redenção são eventos legítimos e vivenciados pela população local, independentemente da visita de turistas. Nesse âmbito, pode-se partir de dois pressupostos:

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

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

experiências de viagem.

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

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

O turista é uma espécie de peregrino contemporâneo, procurando autenticidade em outras “épocas” e em outros “lugares” distanciados de sua vida cotidiana. Os turistas demonstram um especial fascínio pelas “vidas reais” dos outros, que, de certo modo possuem uma realidade difícil de descobrir em suas próprias experiências (Maccannel, *apud* URRY, 1996, p.24).

Considerações Finais

O turismo cultural tem como um de seus objetivos o conhecimento completo do homem, bem como de suas produções, buscando a compreensão das manifestações culturais, do comportamento e da vida social, que caracterizam os diferentes sistemas sócio-culturais da humanidade.

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

Outra constatação importante diz respeito aos fatos que por vezes acredita-se que são particularidades locais. Estes possuem correspondência em outros países, alguns muito semelhantes, outros com pequenas variantes ou características da região onde estão inseridos.

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

As feiras tomadas como estudo de caso, não se configuram somente como um espaço

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

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

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

Referências Bibliográficas

- ABRAHÃO, Maria Helena Menna Barreto. 1997. Brique da Redenção. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- BAPTISTA, Mário. 1997. Turismo: Competitividade Sustentável. São Paulo: Verbo.
- BARRETTO, Margarita. 1998. Manual de iniciação ao estudo do turismo. 4.ed. Campinas: Papyrus.
- _____ 2001. Turismo e Identidade Local: Uma Visão Antropológica. Campinas, SP: Papyrus.
- BENI, Mario Carlos. 2000. Análise estrutural do turismo. 3.ed. São Paulo: SENAC.
- CASTELLI, Geraldo. 1975. Turismo: análise e organização. Porto Alegre: Sulina.
- _____ 1990. Turismo: atividade marcante no século XX. 2.ed. Caxias do Sul: EDUCS.
- COELHO, T. 1997. Dicionário Critico de Política Cultural. São Paulo: Iluminuras.
- CUCHE, Denys. 1999. A noção de cultura nas ciências sociais. São Paulo: Edusc.
- FELLINI, Lourdes. 1983. Turismo, uma atividade municipal. Porto Alegre: EST.
- GASTAL, Susana. 2001. Turismo & Cultura: por uma relação sem diletantismos. In: GASTAL, Susana (org). Turismo: 9 propostas para um saber-fazer. 2.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS. p.117-129.
- LICKORISH, Leonard J; JENKINS, Carson. 1997. Una Introducció al Turismo. Espanha: Sínteses, S.A.
- LIMA, Carlos. 2003. Turismo Cultural: que formação? In: CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos;

GASTAL, Susana (orgs). Turismo na Pós-modernidade, (des)inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS. p.61-68.

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

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

Internet:

BENI, Mario Carlos. **Dimensão e Dinâmica de Clusters no Desenvolvimento Sustentável.**

Extraído do site: <<http://www.estudosturisticos.br>>, 10/05/03

<<http://www.pontedelima.com/feira.htm>>, 25/05/03

<http://www.parquefarroupilha.com.br>, 15/10/03