



**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO CONTINUADA, PESQUISA E EXTENSÃO
MESTRADO EM GESTÃO SOCIAL, EDUCAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO LOCAL**

ALINE FERNANDES GUIMARÃES

**CONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DE PRÁTICAS CULTURAIS EM
TIRADENTES MG: As relações entre turistas e nativos em uma cidade
histórica mineira**

Belo Horizonte

2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.



ALINE FERNANDES GUIMARÃES

**Construção e reconstrução de práticas culturais em Tiradentes
MG:**

As relações entre turistas e nativos em uma cidade histórica mineira

Dissertação apresentada Mestrado em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local, do Centro Universitário UNA, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Área de concentração: Inovações Sociais, Educação e Desenvolvimento Local.

Linha de pesquisa: Processos Político – Sociais: Articulações Institucionais e Desenvolvimento Local.

Orientador: Ricardo Ferreira Ribeiro

Belo Horizonte

2010



**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNA
DIRETORIA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA, PESQUISA E EXTENSÃO
MESTRADO EM GESTÃO SOCIAL, EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Dissertação intitulada “Construção e reconstrução de práticas culturais em Tiradentes MG: As relações entre turistas e nativos em uma cidade histórica mineira”, de autoria da mestrande Aline Fernandes Guimarães, aprovada pela banca examinadora, constituída pelos seguintes professores:

Prof.^a Dr. Ricardo Ferreira Ribeiro (Orientador) – UNA

Prof. Dra. Rosalina Braga – UNA

Prof. Dr. James William Goodwin Júnior – CEFET-MG

**Prof.^a Dra. Lucília Machado
Coordenadora do Mestrado Profissional em Gestão
Social, Educação e Desenvolvimento Local**

Belo Horizonte, 19 de abril de 2010

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por me proporcionar sanidade para conseguir vencer mais esta etapa de minha vida. A meu marido Diógenes, pelo carinho e paciência durante estes dois anos de trabalho e dedicação. Aos meus amigos Érico e Rosália que me motivaram a entrar e concluir o mestrado, me dando forças para nunca desistir de alcançar meus objetivos. Aos queridos mestres que contribuíram através de seus ensinamentos e dedicação para que eu conseguisse alcançar este sonho; aos colegas de mestrado que em vários momentos proporcionaram muitas alegrias em minha vida, contribuindo para meu crescimento pessoal e profissional. E enfim, aos moradores de Tiradentes, que foram fundamentais para a conclusão de minha dissertação. A todos, muito obrigada!

RESUMO

Tiradentes é uma importante cidade histórica mineira, onde o turismo cultural é o maior fator motivacional na procura pelo destino, devido à preservação de seus patrimônios culturais. Porém, seu desenvolvimento, devido à atividade turística, aconteceu de forma acelerada, gerando muitos conflitos culturais entre turistas e nativos.

Esta dissertação de mestrado propôs identificar e qualificar a inserção dos “nativos” nos eventos culturais mais importantes de Tiradentes MG; avaliando como a população os percebe. Os eventos pesquisados são: Mostra de Cinema, Semana Santa, Jubileu da Santíssima Trindade e Festival Internacional de Cultura e Gastronomia.

Para desenvolver a investigação, o método utilizado foi o qualitativo; tendo como objetivo, traduzir e expressar o sentido da realidade cultural da população local. Esta ocorreu através de pesquisa bibliográfica, documental, observação e entrevistas com os nativos. Após coletado todos os dados, estes foram analisados, para conclusão da pesquisa de campo e finalização da dissertação.

Conclui-se que o evento de maior participação dos nativos é o Jubileu da Santíssima Trindade, pois, este quase não tem presença de turistas e devido a este fato, os moradores podem usufruir de seus momentos de lazer, para aproveitá-lo, tanto na parte religiosa, quanto profana. Já o Festival Gastronômico não tem participação dos nativos, estes apenas trabalham no período e em funções com baixas remunerações. Os moradores não se identificam com o evento e se sentem excluídos no convívio social deste.

Depois de detectado o resultado, notou-se a necessidade de sugestões de melhorias na cidade e nos eventos que foram estudados, a partir dos questionamentos do público pesquisado.

Palavras – chave

Turismo. Eventos turísticos e populares. Cultura.

ABSTRACT

Tiradentes is an important historic mining town, where cultural tourism is the biggest motivational factor in the search by destination, due to the preservation of their cultural heritage. However, its development due to tourism, it happened so fast, creating many cultural conflict between natives and tourists alike.

This dissertation proposed to identify and qualify the inclusion of natives in the most important cultural events of Tiradentes MG; assessing how the public perceives them. The events studied are: Film Festival, Holy Week, Holy Trinity and the Jubilee International Festival of Culture and Cuisine.

To develop research, the method used was qualitative, with the objective to translate and express the sense of the cultural reality of the local population. This occurred through literature, documentary, observation and interviews with the natives. After collecting all data, they were analyzed for the completion of fieldwork and completion of the dissertation.

We conclude that the event of increased participation of locals is the Jubilee of the Holy Trinity, then, this has almost no presence of tourists and because of this fact, residents can enjoy their leisure time to enjoy it, both in religious party, the profane. Already the Gastronomic Festival has no participation of the natives, they only work during the period in office and low paid. The residents do not identify with the event and feel excluded from social life in this.

Once detected the result, it was noted the need for suggestions for improvements in the town and events that were studied, from the questions of the public searched.

Key-words

Tourism. And popular tourist events. Culture.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
1.1 Turismo e Antropologia	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	21
2.1 Breve histórico e dados de Tiradentes MG	37
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	41
4 RESULTADOS DA PESQUISA E ANÁLISE	45
4.1 Caracterização dos entrevistados	45
4.2 Análises dos resultados	47
4.3 Mostra de Cinema	47
4.3.1 Público e nível de participação da população nos eventos	49
4.3.2 O que a população mais gosta na Mostra de <i>Cinema</i>	51
4.3.3 O que a população menos gosta na Mostra de Cinema	53
4.3.4 Benefícios que a Mostra de Cinema gera para Tiradentes	53
4.3.5 As mudanças que a Mostra de Cinema está sofrendo no decorrer dos anos	54
4.4 Semana Santa	55
4.4.1 Público e nível de participação da população na Semana Santa	57
4.4.2 O que a população mais gosta na Semana Santa	59
4.4.3 O que a população menos gosta na Semana Santa	60
4.4.4 Benefícios que a Semana Santa gera para Tiradentes	60
4.4.5 As mudanças que a Semana Santa está sofrendo no decorrer dos anos	61
4.5 Jubileu da Santíssima Trindade	62
4.5.1 Público e nível de participação da população no Jubileu da Santíssima Trindade	63
4.5.2 O que a população mais gosta do Jubileu da Santíssima Trindade	67
4.5.3 O que a população menos gosta do Jubileu da Santíssima Trindade	69
4.5.4 Benefícios que o Jubileu da Santíssima Trindade gera para Tiradentes	78
4.5.5 As mudanças que o Jubileu da Santíssima Trindade está sofrendo no decorrer dos anos	80

4.6 Festival Internacional de Cultura e Gastronomia (Festival Gastronômico) -----	84
4.6.1 Público e nível de participação da população no Festival Gastronômico -----	86
4.6.2 O que a população mais gosta e menos gosta do Festival Gastronômico -----	90
4.6.3 Benefícios que o Festival Gastronômico gera para Tiradentes -----	92
4.6.4 As mudanças que o Festival Gastronômico está sofrendo no decorrer dos anos -----	93
4.7 Análises do resultado da pesquisa -----	95
5 SUGESTÕES PARA MELHORIAS -----	102
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS -----	106
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	110
APÊNDICES -----	119
ANEXOS -----	123

1 INTRODUÇÃO

A cidade de Tiradentes MG, é conhecida por ser turística e possuir um grande acervo histórico e belezas naturais. Trata-se de uma das mais visitadas cidades históricas de Minas Gerais, devido à conservação de seu patrimônio material, além de transmitir a todos, muito charme e tranquilidade.

Após o término do ciclo do ouro, no início do século XIX, Tiradentes teve uma decadência socioeconômica que perdurou por muitas décadas, até meados do século XX, quando a cidade foi descoberta por personalidades que tiveram interesse em investir no local, estimulando assim, a atividade turística.

Em 1924, um grupo de intelectuais, participantes da Semana de Arte Moderna (1922), visitou a cidade. Ficaram encantados com o conjunto arquitetônico e artístico e foram decisivos para seu reconhecimento como Patrimônio Histórico, o que aconteceu em 1938. Bastaram algumas décadas para que Tiradentes se firmasse como roteiro obrigatório no currículo de viajantes experientes. Através do turismo a cidade renasceu com todo o seu esplendor (<http://www.idasbrasil.com.br/idasbrasil/cidades/Tiradentes/port/historia.asp>).

Em 1938, o SPHAN (hoje IPHAN) tombou a cidade de Tiradentes não apenas como valioso conjunto arquitetônico, mas também como patrimônio natural e paisagístico. O tombamento foi precedido de algumas visitas de intelectuais atuantes na época, notadamente do grupo que passaria à história cultural do Brasil como “o modernistas”. Em 1919, o escritor Mário de Andrade visitara Tiradentes, retornando em 1924 acompanhado de Tarsila do Amaral, do escritor franco-suíço Blaise Cendrars, de Oswald de Andrade e de outras significativas personagens da época. Uma caravana que excursionou pelas cidades do ouro, inspirando inúmeras e pertinentes referências a Tiradentes em diversos textos posteriormente publicados (BARBOSA, 2005). As atividades turísticas mais sistemáticas, entretanto, desenvolveram-se a partir de 1960 (SILVEIRA, 2006, p. 3).

No início dos anos 1980, o Sr. Yves Alves, executivo da Rede Globo realizou importantes projetos na cidade, através da Fundação Roberto Marinho (FILLIPO; SOUZA, 2006).

O Sr. Yves Alves era um defensor do patrimônio de Tiradentes, amava a história de Minas e era especialista nas manifestações artísticas do barroco. Foi secretário – geral da Fundação Roberto Marinho (mantida pela Rede Globo) e foi membro do conselho curador do IEPHA e da Fundação Clóvis Salgado. O Centro Cultural Yves Alves, nome dado, para

homenagear seu idealizador, falecido em 1996, foi reformado pela Fundação Roberto Marinho.¹

É importante destacar que a Fundação Roberto Marinho teve um papel fundamental no desenvolvimento turístico de Tiradentes. Segundo Oliveira (2004), em 1984 a Fundação Roberto Marinho, em parceria com a Fiat Automóveis, restaurou o Museu do Padre Toledo. Posteriormente induziu a criação da Sociedade Amiga de Tiradentes que, em parceria com o poder público local, realizou atividades preservacionistas e culturais no município. Já em 1990, a Fundação Roberto Marinho, em parceria com a prefeitura municipal, recuperou um dos pontos centrais da cidade de Tiradentes, o Largo das Furras, executando projeto do paisagista Robert Burle Marx. Simultaneamente, o Projeto Programação Visual, que tratou das interferências no conjunto arquitetônico, foi desenvolvido. Em 1993, foi construído em Tiradentes o Centro Cultural Yves Alves, por iniciativa da Sociedade Amiga de Tiradentes, da Fundação Roberto Marinho, da Prefeitura Municipal e da Rede Globo Minas Gerais. O projeto foi viabilizado pela Lei Federal de Incentivo à Cultura (BOLSON; FERREIRA, 2006, p. 6-7).

Outras iniciativas também foram importantes para o desenvolvimento turístico da cidade, tais como: Projeto Tiradentes (1981), realizado através do convênio entre SENAC (Serviço Nacional do Comércio) e CINTEFOR/OIT (Centro Interamericano de Documentação e Informação Profissional – Organização Internacional do Trabalho)². Parcerias entre entidades preservacionistas como a Fundação Rodrigo Melo Franco de Andrade, Instituto Histórico e Geográfico de Tiradentes (IHGT), Sociedade Amigos de Tiradentes (SAT), Fundação Roberto Marinho e Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), foram fundamentais para surgimento de projetos como o da instalação da iluminação subterrânea no centro histórico, inaugurado em 1984, os projetos de revitalização e paisagismo para a Praça das Mercês, do Chafariz, Largo do Sol, Largo do Rosário, adro da Matriz de Santo Antônio e Largo das Furras, todos elaborados pelo paisagista Roberto Burle Marx (NASCIMENTO, 2005).

¹ Informações contidas no sítio do Centro Cultural Yves Alves e sítio Mulheres do cinema brasileiro, em entrevista a Raquel Hallak – coordenadora da Mostra de Cinema de Tiradentes MG.

² Em 1979/1980, a cidade de Tiradentes foi escolhida como experiência-piloto para implantação de um projeto financiado pelo *Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial* (SENAC), *Organização Internacional do Trabalho* (OIT) e *Plano de Desenvolvimento do Artesanato* (PNDA), intitulado de: *Projeto Tiradentes – Capacitação Profissional e Revitalização de Cidades de Tamanho Reduzido*. Tal projeto visava promover a revitalização de centros urbanos menores como sociedades alternativas à crescente desorganização das regiões metropolitanas, possibilitando a elevação da qualidade de vida e da produtividade dos setores econômicos informais (Max-Neef, 1980, p.1). Este projeto foi desenvolvido a partir de ações de fomento da produção artesanal, apontada como potencialidade do município, em pesquisa realizada com os moradores da cidade pelo próprio projeto em 1980, sob o título de *Pesquisa de Qualidade de Vida* (SALGADO; FRANCISCATTI, 2007, p. 7-8).

O fato de a cidade ter sido abandonada, após período de escassez do ouro, fez com que muitas de suas construções históricas não fossem modificadas, facilitando assim, o futuro trabalho na preservação destas. Este processo contribuiu para o incremento da atividade turística, pois, atualmente, Tiradentes possui patrimônios materiais tombados, colaborando com o turismo cultural. Desde as últimas décadas, esta passa por um período de revitalização com a exploração da atividade turística, apoiada por grandes eventos anuais.

A Rede Globo foi fundamental para que Tiradentes ficasse conhecida nacionalmente. Na década de 90 inúmeras produções da Rede Globo foram rodadas em Tiradentes, entre elas: Memorial de Maria Moura (mini-série); Hilda Furção (mini-série); Rabo de Saia (mini-série); Amor e Cia (filme); Coração de Estudante (novela); O Menino Maluquinho (filme). Além disso, algumas campanhas de divulgação do município foram veiculadas na rede Globo, entre elas “Tiradentes – Visite esta emoção” (BOSSON; FERREIRA, 2006, p. 7).

O turismo redefiniu a economia local, porém, este desenvolvimento aconteceu de forma acelerada, gerando muitos conflitos culturais entre turistas e a população local. Devido a estes conflitos e a importância que Tiradentes possui na construção de identidade no marco histórico nacional, nota-se uma necessidade de estudar o cotidiano de seus habitantes. A problemática do presente estudo é entender como os nativos de Tiradentes convivem com a atividade turística e percebem as mudanças culturais, às quais a cidade e a sociedade local vêm vivendo. Estas modificações são advindas da atividade turística? Há resistência dos nativos ao turismo?

Neste conjunto de relações (entre turistas e nativos), existe um conflito de "*deslocamento de significados*", afetando o nativo em suas concepções, através do convívio com o turista; provocando no nativo, muitas vezes, uma ruptura de sua tradição ou uma tentativa de conciliação com o *estranho*³. E para o turista, a cultura do nativo é vista como exótica, como um espetáculo, diferente e esplêndida; sendo muitas vezes, recepcionado com aversão pelos nativos.

Percebe-se que o turista e o nativo têm contato com o mesmo objeto, porém, com diferentes significados culturais. Nesta investigação, será adotada a expressão "*reconstrução cultural*", para definir a criação de novos significados culturais, através do contato entre duas culturas distintas. A reconstrução cultural será ilustrada através da cultura dos nativos de

³ Expressão utilizada para caracterizar os turistas, enquanto atores sociais que se beneficiam dos mesmos objetos culturais dos nativos, porém, com valores distintos.

Tiradentes MG e os turistas, que estão inseridos, em determinado momento, no mesmo espaço e tempo, com o mesmo objeto cultural.

Será que os significados dos objetos culturais foram modificados ou estão em processo de modificação, de acordo com o olhar do nativo de Tiradentes? Caso a resposta seja positiva, pode-se considerar estas mudanças como fator positivo ou negativo? Até que ponto estas mudanças são positivas para atividade turística? Os eventos que Tiradentes possui são para turistas, nativos ou para ambos? Estes retratam a identidade cultural da cidade ou a utiliza para captar turistas em todo mundo? Afinal, qual é a identidade ou quais são as identidades culturais de Tiradentes?

Os significados dos objetos culturais determinam os discursos dos agentes e atores sociais, circunscrevendo dentro de um sistema de sentidos, os bens imóveis (igrejas, praças, casas, museus, dentre outros) e os eventos realizados a partir deles (procissões, devoções, concertos musicais, visitas turísticas, festivais, etc). Por outro lado, elas estão sendo constantemente ativadas pelos agentes e atores sociais no contexto, para dar sentido a objetos e rituais, em função de seus interesses de cunho social.

Para verificar se os nativos identificam, participam e interagem com os eventos que acontecem na cidade, foi realizado um estudo de caso pautado em quatro eventos que fazem parte do calendário oficial da cidade, denominados como: Jubileu da Santíssima Trindade, Semana Santa, Mostra de Cinema e o Festival Internacional de Cultura e Gastronomia.⁴

A escolha desses eventos foi uma estratégia, adotada diante da seguinte premissa: eventos tradicionais versus eventos turísticos, onde o Jubileu da Santíssima Trindade retrata os eventos tradicionais, pois, faz parte da história e cultura local e é organizado pela comunidade e o Festival Internacional de Cultura e Gastronomia retrata os eventos turísticos, pois, é um evento recente, que foi criado com o intuito de captar turistas para a cidade e o poder da organização não está sob controle da comunidade. A Mostra de Cinema e a Semana Santa são eventos intermediários, com influência de turistas e nativos, mas pode-se caracterizar a Semana Santa como um evento popular, pois, nasceu do povo, sendo tradicional e a Mostra de Cinema como um evento turístico, pois, este é recente na cidade e o poder não está nas mãos dos residentes locais.

A utilização do termo “eventos populares” dá-se pelo fato deste ser tradicional, permitindo, assim, inserí-lo no que poderia ser chamado de cultura popular (conceito a ser discutido adiante). E o termo “eventos turísticos” dá-se pelo fato de ter sido criado por

⁴ Os eventos acontecem em diferentes momentos ao longo do ano: durante a pesquisa de campo, ocorreram nas seguintes datas: XII Festival Gastronômico: 21/08 a 30/08/2009; Jubileu da Santíssima Trindade: 29/05 a 14/06/2009; Mostra de cinema: 22 a 30/01/ 2010; Semana Santa: 29/03 a 04/04/2009.

iniciativa de pessoas e instituições “de fora”, como uma origem social ligada às classes mais abastadas. Pode-se, desta forma, ser caracterizado como um evento vinculado a uma cultura de elite.

Será que dentro deste contexto cultural há uma resistência dos eventos populares sob os eventos turísticos? Como os atores sociais de Tiradentes articulam a relação de poder entre os eventos populares e os eventos turísticos? Será que os eventos populares são efetivamente do povo ou funcionam como objetos para adquirir turistas? Será que os eventos turísticos têm a participação do povo? E como esta participação acontece? É possível manter a tradição de eventos populares em uma cidade turística?

Estes eventos são passíveis de uma pluralidade de significações e usos, que se antagonizam, superpõem-se, mas também negociam e combinam-se. Essas visões de mundo evidentemente provêm de instituições e agentes sociais distintos (nativos, turistas e profissionais do turismo), que de acordo com sua experiência histórica, social, cultural e estética, vão atribuir sentidos singulares aos mesmos elementos sensíveis.

Tratando com a hipótese de que qualquer acontecimento só pode ter existência para uma cultura à medida que é inserido significativamente em um sistema, dentro de um convívio social, haverá uma reconstrução de significados para os atores sociais envolvidos.

A pesquisa em questão propôs identificar e qualificar a inserção dos “nativos” nos eventos culturais mais importantes de Tiradentes MG. Avaliar como a população percebe os seguintes eventos: Festival Internacional de Cultura e Gastronomia; Mostra de Cinema; Jubileu da Santíssima Trindade e Semana Santa. Identificar na visão do nativo, como as empresas organizadoras do Festival Gastronômico e da Mostra de Cinema envolvem os moradores de Tiradentes nestes eventos. Avaliar na visão do nativo, se houve modificações na Semana Santa e no Jubileu da Santíssima Trindade, devido à atividade turística na localidade e como os organizadores dos eventos se posicionam diante deste contexto.

Para desenvolver a investigação, o método utilizado foi o qualitativo, pois, cultura não se mede; tendo como objetivo, traduzir e expressar o sentido da realidade cultural da população de Tiradentes, através de quatro eventos anuais que acontece na cidade. Esta ocorreu através de pesquisa bibliográfica, documental, observação e entrevistas com os nativos, que são os interlocutores neste sistema de relação. Após coletado todos os dados, estes foram analisados, para conclusão da pesquisa de campo e finalização da dissertação.

1.1 Turismo e Antropologia

A literatura científica sobre o turismo, conforme afirmação de Barretto (2004), em sua maior parte, refere-se à descrição do fenômeno, com vistas a sua administração e gerenciamento. Em segundo lugar, vêm, em grande quantidade, produções sobre impacto ambiental, realizadas no âmbito das ciências humanas ou biológicas. O turismo como fenômeno socioantropológico tem sido pouco estudado. Este trabalho possui um caráter de inovação, pois, de acordo com Barretto e Banducci Jr. (2001), os estudos relacionados ao turismo constituem uma novidade dentro do campo da antropologia. Talvez, porque, na área de turismo, ainda é difícil aceitar que a antropologia possa trazer um aporte relevante, ou devido à perspectiva que essa relação tem sido marcada pela tensão.

É possível dizer que o grande paradoxo do turismo é o fato de que, aparentemente, há um círculo vicioso segundo o qual a academia não se interessa pelo turismo por se tratar de uma atividade marginal, e essa atividade continua sendo marginal por não ter subsídios da academia para um planejamento adequado. As ciências sociais, fundamentalmente, não enxergam o turismo como um objeto válido – entre outras razões porque, via de regra, o crescimento do turismo tem ocorrido ao sabor do mercado, dos interesses dos grandes capitais nacionais e internacionais, sem levar em conta os demais atores sociais. E tem-se desenvolvido ao sabor do mercado e não com uma participação das comunidades afetadas (ora positiva, ora negativamente), por falta de um aporte de pesquisa socioantropológica aplicada. Ao mesmo tempo, a prática do turismo, parece ser para a academia, um objeto de pouca relevância porque os atores estariam numa atividade alienada; e os turistas continuariam a ter uma oferta alienante por falta de uma pesquisa socioantropológica capaz de transformar esse pressuposto “ser genérico”, denominado “o” turista, em sujeitos concretos particularizados (BARRETTO, 2004, p.23-24).

Além destas considerações, há preconceito na utilização do termo “indústria turística” ao lidar com cultura e padrões de consumo. A cultura, em um contexto de um sistema econômico-político-cultural capitalista, é tratada pelo turismo enquanto mercadoria, gerando polêmica nos estudos da antropologia.

Este cenário desencadeou a formação da indústria cultural⁵, que é o conjunto de empresas, instituições e redes de mídia que produzem, distribuem e transmitem conteúdo artístico – cultural com o objetivo de adquirir lucros. A indústria cultural, assim como a indústria em geral, está atenta a custos, distribuição e retorno de lucros.

⁵ Indústria cultural (em alemão: *Kulturindustrie*) é um termo cunhado pelos filósofos e sociólogos alemães Theodor Adorno (1903-1969) e Max Horkheimer (1895-1973), membros da Escola de Frankfurt. O termo aparece no capítulo *Kulturindustrie - Aufklärung als Massenbetrug* na obra *Dialektik der Aufklärung* (em português: *Dialética do Esclarecimento*), de 1947.

[...] Os antropólogos parecem ter prevenção contra estudar fenômenos relacionados ao lazer, e há uma característica do turismo que o torna particularmente um objeto pouco simpático à antropologia: sua conotação de “indústria”, de produção em série de produtos massificados e massificantes, de exploração inescrupulosa de mão-de-obra e de recursos naturais, de comercialização de natureza e de cultura (BARRETTO; BANDUCCI JR, 2001, p. 11).

A forma como a atividade turística vem sendo trabalhada por alguns profissionais, preocupados em lucratividade imediata, sem sustentabilidade, gera polêmicas na aceitação de novos projetos sociais e ambientais.

[...] O chamado “*trade* turístico” , o conjunto de empresas que comercializam o produto turístico, não apóia os estudos científicos do turismo provenientes da geografia e da antropologia dado que eles evidenciam a forma irresponsável como alguns empresários de turismo vêm tratando o meio ambiente natural e cultural assim como explorando economicamente os turistas – não raro por meio de propaganda enganosa e superfaturamento de serviços (BARRETTO; BANDUCCI JR, 2001, p. 10).

Estes autores apontam que a geografia iniciou seus estudos sobre a questão dos problemas que o abuso de habitantes temporários trazia ao meio ambiente natural e humano, na medida em que territórios eram desmatados para construção de *resorts*, ou rios eram represados para a prática de esportes náuticos. A antropologia passou a estudar o impacto na cultura local, devido ao contato com o turista, que possui outros padrões culturais; apontando a ocorrência de processos de “aculturação”.

O turismo deve ser visto como parte de um fenômeno social bem amplo e nem todas as modificações culturais ou sociais podem ser atribuídas apenas à atividade turística, dentre elas estão àquelas ligadas aos meios de comunicação e a outros empreendimentos econômicos (no que se referente, por exemplo, à poluição ambiental).

O turismo é um fenômeno complexo, mutável, que opera de várias formas e nas mais diversas circunstâncias, sendo difícil apreendê-lo, no total, por meio de um aspecto único teórico ou singular da ciência. Conforme Barretto (2004), a disciplina sociologia do turismo, iniciou-se há mais de 20 anos, na Europa, com Hans Joachim Knebel e Jost Krippendorf. O primeiro estudo da antropologia, ao que consta, teria sido feito em 1963, no México, por Theron Nunez (Nash, 1996).

No final da década de 1970, Cohen (1979), cuja contribuição foi à criação de uma tipologia turística, afirmava a inexistência de uma sociologia do turismo, o que levava à

utilização de referenciais teóricos da sociologia geral para explicar, os fenômenos relativos ao turismo, pela lógica da diferenciação:

O problema metodológico no campo do turismo é similar àquele encontrado em outros campos da sociologia aplicada. Estritamente falando, não existe uma sociologia do turismo como campo separado da teorização sociológica, assim como não há uma sociologia do desporto. O que temos é a aplicação de teorias sociológicas gerais ao campo específico do turismo. Se há uma unidade no campo não é pela existência de uma teoria geral do turismo, mas devido a uma série de características empíricas comuns que diferenciam o turismo de outros tipos de fenômeno social. Não obstante, as fronteiras entre o turismo e os campos adjacentes são frágeis. Existem muitos fenômenos em transição (COHEN, 1979, p. 31 *apud* BARRETTO, 2004, p. 25).

Ao comparar essa observação com outra (Nash 1996), realizada quase 20 anos depois, percebe-se que, apesar de ter havido algum avanço, a escassez de estudos, na área de ciências sociais, permanece:

O estudo antropológico do turismo, apesar da demora de deslanchar – demora que parece estar relacionada a uma falta de respeito pelo tema, generalizada na cultura da qual os antropólogos são provenientes -, tem-se desenvolvido até um ponto em que tendências gerais são visíveis e análises críticas substanciais podem ser apreendidas (NASH, 1996, p. 90 *apud* BARRETTO, 2004, p. 26).

Por volta de 1960, os estudos sociológicos, versaram, em sua maior parte, sobre os efeitos negativos do turismo; constituem a chamada *plataforma de ataque* (JAFARI, 1990; NASH, 1996). Outros cientistas que discutiam esta vertente são os geógrafos e biólogos. Atualmente, os estudos apontam os benefícios oriundos da atividade turística, sobretudo na preservação das áreas históricas e naturais, para atrair turistas, assim como enriquecimento do repertório de informações das comunidades visitadas (MURPHY, 1985). Esta hipótese é denominada como *plataforma de defesa*, utilizada pelos economistas, administradores e bacharéis do turismo. A *plataforma de adaptação* surge para questionar se todo tipo de turismo tem o mesmo efeito devastador sobre as comunidades em que atua. Esta plataforma dá ênfase para as formas alternativas de turismo, que podem ter um impacto menor que o turismo de massa⁶ (não é só a exploração do turismo de massa que degrada o ambiente, existem outras formas da atividade desgastando os espaços naturais e culturais).

⁶ Denomina-se como turismo de massa, o grande número de pessoas que dá lugar a grandes concentrações de turistas nas cidades por eles visitadas.

O último estudo, o menos desenvolvido, é a *plataforma do conhecimento*, que, de acordo com Jafari, remete aos sujeitos protagonistas e a relação entre eles, cujo principal objetivo é a formação do corpo científico do conhecimento sobre turismo. É este estudo que pontua como a atividade turística contribuirá em benefício da sociedade de forma geral, inclusive, beneficiando ao turista, sendo tratado, muitas vezes, pela academia, como o maior responsável pelos impactos negativos ao meio ambiente.

O esquema de Jafari, de definir os estudos do turismo, pautados em quatro plataformas, de acordo com Banducci Júnior (2001), torna-se genérico. O esquema proposto não comporta plenamente o caso brasileiro. A ressalva feita pelos estudiosos do turismo a esse tipo de perspectiva é que, apesar de suas críticas serem válidas, ele fornece apenas uma visão parcial do fenômeno. Greenwood (1995) salienta que os valores e as práticas culturais não são estáticos; a cultura se realiza como processo. Saber, neste sentido, o grau de interferência da atividade turística numa dada comunidade, se ela está desagregando os valores e costumes da cultura local ou se as mudanças estão ocorrendo “sob pressão das circunstâncias e a partir da própria dinâmica interna (da cultura)” (p. 182), é um aspecto importante para que a pesquisa não se perca em meio à expressão de juízos de valor em lugar de ater-se às evidências científicas.

Uma antropologia aplicada ao turismo, além de gerar conhecimento para a ciência, redundar em benefícios para os turistas e para as populações receptoras se os empresários e planejadores, ao ficarem a par dos impactos que a atividade ocasiona – e ao refletirem sobre eles –, buscassem alternativas de desenvolvimento harmônico que permitissem atingir o que na atualidade é considerado o paradigma da sustentabilidade – que reúne o aspecto econômico (a atividade deve ser rentável para a comunidade), o social (a convivência entre visitante e visitado deve ser na base do respeito à alteridade) e o ambiental (há uma quantidade máxima de turistas que não pode ser ultrapassada sob pena de ocasionar vários níveis de desconforto) (BARRETTO; BANDUCCI JR, 2001, p. 12).

Diante das discussões citadas acima, considera-se de essencial importância um estudo em Tiradentes MG, junto à comunidade local. Cidade famosa por ser turística, que tem sido alvo de críticas, devido às mudanças culturais, às quais vem sofrendo. Como as culturas e identidades culturais são construídas e reconstruídas no cotidiano, devido o contato com o turista? É através de pesquisas científicas unindo o turismo e antropologia, que este trabalho, conseguirá uma estrutura fundamentada para analisar estes pontos, polêmicos e conflitantes.

O interesse em estudar o cotidiano dos nativos de Tiradentes, junto a sua identidade social, é verificar se de fato, eles são beneficiados pela atividade turística e eventos que a cidade oferece e como que esta sinergia se estabelece diariamente. Afinal, não é a cultura

local, a história, os hábitos peculiares dos nativos, que fazem a cidade construir sua identidade? A história e a cultura são componentes fundamentais na construção da identidade do grupo e na manutenção do turismo cultural de determinada localidade.

O turismo cultural, que é um dos segmentos mais procurados em Tiradentes, de acordo com Fillipo e Souza (2006), pode ser trabalhado em prol da sustentabilidade local, em parceria, com os nativos, profissionais do turismo, órgãos privados e públicos.

O turismo cultural requer a preservação da memória histórica e atua como elemento de continuidade que permite às comunidades se apropriar do conhecimento de seus bens patrimoniais e perceberem o respectivo valor econômico.

Quando se fala de patrimônio cultural, refere-se à sociedade e emoções individuais, entretanto, antes de se concluir a importância do patrimônio cultural para a atividade turística, é fundamental o entendimento dele como condição para revelar as identidades e, ao mesmo tempo, garantir a condição de cidadãos dos moradores das localidades com potencial turístico; que é o direito de usufruir os produtos culturais e as políticas culturais locais.

De acordo com esta abordagem, é difícil falar de Tiradentes, sem remeter aos nativos, pois, eles fazem parte da cultura local, e, assim, pode ser considerado um paradoxo desenvolver o turismo cultural de Tiradentes, sem levar em consideração toda a história e os aspectos culturais dos seus moradores. A memória histórica de Tiradentes está na história de vida de sua população. E a valorização dos patrimônios históricos e culturais, só possui importância dentro de uma comunidade, se remeter a uma lembrança, fazendo assim, parte da memória coletiva.

Os lugares e os objetos – poderiam ampliar esse leque a partir do conceito de patrimônio cultural – são como recipientes da história das sensibilidades e emoções. Ou seja, eles, por si mesmos, não significariam nada além de suas qualidades físicas, mas o patrimônio cultural associa materialidade e significados simbólicos. São os significados – a carga de afetividade, de conflito, de tensão, de emoção presente em monumentos, objetos, edificações, celebrações, saberes e manifestações – que verdadeiramente importam e que verdadeiramente definem o patrimônio cultural (MARTINS, 2003, p. 59).

O turismo participa da cultura, pois, através da atividade turística, novos significados são dados aos produtos culturais e esta reconstrução cultural, muitas vezes, não acontece de forma harmoniosa, mas muito conflitante.

Atualmente, Tiradentes recebe turistas o ano todo, e uma das estratégias encontradas para divulgar a cidade, e, além disso, conseguir que o “*trade turístico*”⁷, tenha resultados positivos são os eventos. O evento tem o papel de gerar receitas para a localidade, onde ele acontecerá, contribuindo assim, para o desenvolvimento local, gerando empregos e oportunidades para a população e aumentando a auto-estima de toda a comunidade. Caso contrário, o evento será um elemento suplementar na localidade, atendendo apenas às necessidades dos turistas, excluindo assim, os nativos de qualquer relação. A conseqüência pode ser um sentimento de frustração, privação e exclusão do nativo, não reconhecendo mais a cidade como o lugar da construção de suas lembranças e memórias e diminuindo as possibilidades da cidadania, as quais são essenciais, para a manutenção da identidade local.

Para divulgar estes eventos, notam-se muitas reportagens com fotos do patrimônio cultural da cidade, como artesanatos, culinárias, casarões, dentre outros. Mas será que estes eventos representam à identidade local? A atividade turística pode proporcionar muitos benefícios econômicos à cidade, mas, também pode resultar em uma série de impactos socioculturais negativos, que são marcantes para o desenvolvimento da comunidade, como, por exemplo, a especulação imobiliária dos casarios do centro histórico, conforme estudo de caso, realizado, pela autora, com os moradores de Tiradentes, em 2007⁸.

[...] 56% dos entrevistados já moraram ou tiveram parentes morando no centro de Tiradentes e 44% nunca moraram no centro ou tiveram parentes morando no mesmo. Caso a resposta dos entrevistados fosse sim, havia na pergunta um espaço para justificativa do motivo que os parentes ou a família mudou-se para os bairros afastados do centro da cidade. Dentro dos 56% que responderam sim, disseram que mudaram do centro, pois venderam suas casas para pessoas de São João Del Rey, ou até para pessoas de outro estado, construir comércios e pousadas. Dentre estes entrevistados, algumas pessoas se arrependeram de ter vendido a casa, pois têm saudades da vida em que levavam. Eles contaram que alguns parentes, não conseguem passar em frente ao local, pois, ficam emocionados com as lembranças. Outros entrevistados disseram que é muito comum a visita de pessoas nas casas residenciais que ainda existe no centro de Tiradentes com propostas de venda tentadoras. Eles oferecem um valor muito alto, conta um morador de uma casa no centro de Tiradentes: “muitas pessoas, devido a problemas financeiros, vendem... Mas eu não vendo!!!” (GUIMARAES, 2007, p. 40).

⁷ Conjunto de empresas que comercializam o produto turístico: meios de hospedagem, restaurantes, lojas de artesanato, atrativos turísticos, dentre outros.

⁸ Trabalho de conclusão do Curso de Especialização de Gestão de Eventos – PUC Minas, 2007. Lazer na cidade de Tiradentes, Minas Gerais – Uma perspectiva dos moradores: a importância da preservação da cultura e identidade dos habitantes de Tiradentes.

De acordo com pesquisa de campo realizada em 2007, antigos moradores do centro de Tiradentes tiveram que vender suas casas, pois, não tinham condições financeiras para reformá-la e mantê-la, conforme padrões impostos pelo IPHAN. Como a cidade é tombada pelo patrimônio histórico, todas as modificações realizadas pelos moradores precisam ter autorização deste órgão, que é o responsável pela fiscalização. Além disto, os valores oferecidos são altos, pois, o espaço territorial valorizou muito, devido à atividade turística. Isto fez com que os antigos moradores ficassem fascinados com as proposta, sem recusá-las. A entrevistada acima pertence a uma família tradicional da cidade, com uma estrutura financeira estável, por isso, nunca precisou vender a casa. Mas, já não possui seus antigos vizinhos, alterando muitas vezes, devido a este fato, seus hábitos cotidianos.

A população que residia no centro foi, por pressão de uma elite dominante (da própria cidade e de fora também), indo morar na periferia na cidade, muitos dos bairros hoje existentes foram criados nesta década com o objetivo de atender a demanda, houve significativa reconfiguração territorial. O centro histórico, antes moradia do povo nativo foi reestruturado para se tornar um centro comercial, voltado especificamente para atender aos turistas. Houve especulação imobiliária, o valor dos imóveis tomaram proporções exorbitantes, os valores de aluguel dos imóveis do centro histórico, agora quase que totalmente comercial também cresceram de forma assustadora. Quem domina o centro neste momento não são mais os moradores nativos, mas uma pequena elite da própria cidade e pessoas vindo de fora, principalmente dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo e também de fora do país (RODRIGUES, 2007, p. 14).

De acordo com pesquisa de campo, realizada no dia 29 de agosto de 2009, atualmente existe apenas duas casas no centro histórico que são utilizadas como residência. As demais foram todas vendidas. Estas não foram vendidas, pois, são heranças e estão na justiça. Mas de acordo com o entrevistado, assim que liberar, seus familiares venderão a casa e sairão do Largo das Forras, para um local mais calmo. O entrevistado é homem, adulto e funcionário público. Esta entrevista aconteceu durante o Festival Gastronômico e todos de sua casa estavam assistindo televisão ao invés de participar do evento.

Em Tiradentes, pode-se perceber a transformação na distribuição espacial dos residentes, do lazer e da economia local e, conseqüentemente, a consolidação do Centro Histórico como território dos novos residentes e turistas e o surgimento de bairros periféricos voltados para os nativos. Para Archer e Cooper (2002), os donos de terra locais são incentivados a vender a sua propriedade e o resultado é que, embora possam obter ganhos em curto prazo, no final a única coisa de que eles dispõem é seu trabalho de baixa remuneração (FILIPPO, SOUZA, 2006, p.8-9).

Filippo e Souza (2006), profissionais da área de turismo e meio ambiente, são estudiosos dos impactos socioculturais em Tiradentes e, diante de pesquisas, constataram conflitos entre turistas e nativos, proporcionados pelo desenvolvimento da atividade turística sem sustentabilidade.

A cidade encarece para seus moradores, que em sua maioria não tem poder de compra para consumir o produto turístico por ela ofertado. Para Lage e Milone (2000), os turistas têm sempre uma capacidade de gastar mais que os residentes, seja porque dispõem de um poder aquisitivo maior, seja porque poupam mais para as viagens e sentem maior inclinação para isso, por estarem gozando situação de férias. O contraste socioeconômico entre turistas e residentes favorece o surgimento de conflitos. Archer e Cooper (2002) citam o “efeito demonstração” da prosperidade em meio à pobreza que, não raro, leva a população local a ter o desejo de imitar o modo de vida dos turistas. Isso pode gerar um sentimento de privação e frustração capaz de encontrar uma saída na hostilidade e até na agressão (FILIPPO, SOUZA, 2006, p.9).

O processo de reconstrução cultural remete às mudanças de hábitos dos nativos, em um cenário, que se faz presente, em cima de novas necessidades dos moradores locais, em prol da atividade turística e do processo econômico vigente, onde todos os atores sociais são sujeitos de modificações no processo de relacionamento diário.

Buscando entendimento deste processo, nota-se a necessidade de aprofundar em conhecimentos teóricos sobre cultura, identidade, turismo e território, para tentarmos perceber e analisar o atual contexto social dos nativos de Tiradentes junto aos turistas, através dos quatro eventos culturais estudados nesta pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este trabalho trata de uma discussão da atividade turística, junto à cultura local, em uma cidade histórica mineira, em que o turismo cultural é o maior fator motivacional da permanência de turistas na localidade.

Para a Organização Mundial do Turismo (OMT), em função da relativa juventude do turismo como atividade socioeconômica e seu complexo multidisciplinar, pois o turismo envolve vários setores econômicos e disciplinas acadêmicas, há ausência de definições conceituais claras que delimitem a atividade turística e a diferencie dos demais setores (FERRETTI, 2002, p. 13).

De acordo com a OMT (1998), o turismo compreende as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares diferentes daqueles em que vivem, por um período de tempo inferior a um ano, com finalidades de lazer, negócios ou outras.

Para Beni (2006), o “Turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica, que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transportes e o alojamento, bem como o objetivo de viagem em si para fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e 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 diferença das atrações e dos equipamentos a ela agregados globais com produtos de qualidade e competitivos” (BRASIL, 2007, p. 25).

De acordo com Palomo (1979), no ponto de vista econômico, o turismo consiste no ato que supõe deslocamento momentâneo, com a realização de consumo de renda, cujo objetivo principal é a obtenção de serviços que são oferecidos através de uma atividade produtiva que implica em investimentos prévios.

O turismo envolve gastos na organização e efetivação das viagens e requer um elenco de serviços agregados na cadeia produtiva do turismo, como, hospedagem, alimentação, transportes, agenciamento, receptivos, atrativos, serviços (segurança, saúde, telecomunicação, comércio, limpeza, correios, dentre outros) e promoção - venda (*marketing*, divulgação, etc), que exigem investimentos precedentes, em geral, reduzidos em comparação ao fluxo de capital produzido e de rápido retorno, gerando efeitos diretos, sobre empregos e rendas,

multiplicadores, sobre outras atividades econômicas, como, construção civil, produção e comercialização de produtos alimentícios, rouparia, artesanato, material de construção, decoração e prestação de serviços. O turismo também acarreta efeitos indiretos mediante a ampliação da receita das cidades em que essa atividade econômica acontece.

A atividade turística tem se manifestado de forma significativa, em virtude de determinadas condições, quais sejam: possibilidade de expansão da receita contrariamente às exportações tradicionais, efeito multiplicador sobre outras atividades econômicas, capacidade de gerar empregos, curta maturação de retorno dos investimentos em turismo em comparação com outros projetos de desenvolvimento, possibilidade de corrigir desequilíbrios regionais internos e modernização mediante o contato com povos diversos (PAIVA, 2003, p. 17).

Além dos efeitos econômicos, o turismo sustentável é capaz de preservar o patrimônio cultural de cada localidade. A preservação do patrimônio local é essencial para uma cidade que tem o turismo cultural como seu principal fator motivacional de visitação. A preservação faz com que a população não perca a memória e identidade de seus bens materiais e imateriais.

A identidade de qualquer país se traduz pelo patrimônio natural e cultural e o elemento de afirmação dessa identidade é sua cultura. Se o lugar não tiver sua imagem preservada, certamente não será visitado por muito tempo. Aprender essa forma de convivência harmoniosa entre turismo e cultura, expressa com simplicidade e firmeza, mostra os roteiros de um turismo de intercâmbio que respeita as tradições (FERRETTI, 2002, p. 1).

Tylor (1832 – 1917) é considerado o pai do conceito moderno de cultura, 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” (TYLOR, 1871, p.1). Esta definição remete a negação de aquisição cultural inata, ou seja, a construção cultural está vinculada ao processo educacional, de aprendizado: o indivíduo é resultado do meio cultural em que foi socializado, porém, a cultura é dinâmica. O homem, ao longo de sua vida, pode sofrer modificações comportamentais, de acordo com o espaço sociocultural e época o qual ele está inserido. Existem dois tipos de mudança cultural: uma que é interna, resultante da dinâmica do próprio sistema cultural, e uma segunda que é o resultado do contato de um sistema cultural com o outro (CANCLINI, 1983).

Dentro da segunda análise de Canclini, em relação às mudanças culturais de uma comunidade, a atividade turística, muitas vezes, contribui para esta dinâmica, pois, o nativo

está em contato com o turista; incorporando novos hábitos, valores, vestimentas, ou vice-versa, porém estas transformações não acontecem em dias, mas durante anos e de forma conflituosa. O desafio é saber conduzir a articulação destes dois atores envolvidos, em um complexo ambiente cultural, onde ambos necessitam de suas experiências sociais, para dar sentido à atividade turística, responsável pela economia local.

Devido à responsabilidade que a atividade turística possui no meio ambiente natural e sociocultural, esta deve lidar com os recursos naturais, culturais e humanos de forma articulada (envolvendo todos os atores sociais: nativos, turistas, profissionais do turismo, órgãos públicos e privados) e planejada por profissionais do turismo qualificados, para trabalhar em áreas específicas, de acordo com a necessidade de cada localidade. Com a missão de atender aos sonhos do turista, gerar lucro para o empresário e promover o desenvolvimento sustentável.

Conforme pontuado no roteiro de regionalização do turismo: Turismo e Sustentabilidade (2007, p. 18), o relatório *Brundtland*⁹ (1984), conceitua desenvolvimento sustentável como a atividade que harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo assim que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras.

Vale ressaltar, que através deste conceito, também se pode referenciar ao patrimônio cultural. Este é um conjunto de bens materiais e imateriais que compõe a cultura de um grupo ou uma sociedade.

O termo patrimônio faz remissão à propriedade de algo que pode ser deixado de herança. Acrescentando à noção de cultura, concluiu-se que é um produto da cultura o que é herdado e transmitido de geração para geração. Como na noção de cultura, no conceito de patrimônio cultural também são indissociáveis as dimensões materiais e simbólicas. A UNESCO, na declaração do México, de 1982, define patrimônio cultural: “as obras de seus artistas, arquitetos, músicos, escritores e sábios, assim como as criações anônimas, surgidas da alma popular, e o conjunto de valores que dão sentido à vida” (MARTINS, 2003, p.50-21).

O patrimônio cultural está presente no meio ambiente cultural (onde o ser humano realiza suas necessidades materiais e imateriais), no conhecimento, nas habilidades, no saber e fazer humano e nos bens culturais, que são os produtos resultantes da obra do homem junto à natureza.

⁹ A Norueguesa Gro Brundtland chefiou o processo de pesquisa por cujo nome ficou conhecido o relatório.

Nos últimos anos, o conceito de patrimônio histórico e artístico foi paulatinamente sendo substituído pelo conceito mais amplo de patrimônio cultural, respondendo às demandas de setores significativos da sociedade brasileira, e, ainda, consoante com a concepção antropológica de cultura. Foi informada por essas circunstâncias que a própria Constituição Brasileira de 1988, no artigo 216, seção II – DA CULTURA, estabelece: “Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I – Formas de expressão; II – Os modos de criar, fazer e viver; III – As criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV – As obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico – culturais; V – Os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico” (MARTINS, 2003, p. 56-57).

De acordo com o Diário Oficial da União, decreto presidencial nº 3551, de 4 de agosto de 2000, recomenda mecanismos de registro do “patrimônio imaterial”.

1. “dos saberes”, contemplando aqui conhecimentos, habilidades e modo de fazer;
2. “das celebrações”, onde serão assinalados rituais e festas representativas para a sociedade brasileira;
3. “das formas de expressão”, onde serão registradas manifestações literárias, musicais, plásticas, ciências e lúdicas. Com essa medida, procurou-se reparar uma prática de mais de sessenta anos, que desprezou elementos significativos da cultura brasileira (MARTINS, 2003, p.57).

Falar de patrimônio cultural é remeter à sociedade, a sua história, memória, emoção e sentimento. É através deste que uma sociedade reconhece sua identidade. Os bens patrimoniais são essenciais para a preservação da identidade de grupos sociais, pois, é através deles que as comunidades conseguem manter a história e memória “viva”, no decorrer dos anos. É interessante, que a comunidade de determinada região reconheça o valor que os bens patrimoniais possui, preservando-os, pois, assim terá consciência da importância destes enquanto atividade econômica e social. A preservação pode se dar individualmente ou coletivamente, de acordo com as necessidades locais.

Os objetos físicos que compõem um lugar, por si mesmos não significam nada, além de suas características físicas no espaço. Porém, todos os objetos podem adquirir significação simbólica: os objetos naturais (como plantas, pedras, vento, água, chuva, vales, pântanos, dentre outros) ou objetos feitos pelo homem (barcos, redes, casas, roças, dentre outros). O homem tem o poder de transformar inconscientemente os objetos em símbolos, gerando aos mesmos, uma enorme importância psicológica e cultural.

Uma das estratégias encontradas para a preservação dos patrimônios culturais de localidades que possuem vocações turísticas é o turismo cultural. Esse refere-se ao agrupamento de turistas junto a núcleos receptores que oferecem como produto essencial a herança histórica do homem em épocas diferentes, ilustrado a partir do patrimônio material e imaterial.

O turismo sustentável, além de formidável instrumento de promoção social e de dinamização econômica, é uma atividade cultural. O turismo proporciona o contato com novas culturas, retratando assim, o peculiar de cada região, através das manifestações folclóricas, culinárias, artesanatos, vestimentas, danças, festas populares, etc.

“De acordo com a OMT (1999), turismo sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro”. (BRASIL, 2007, p. 25)

Sendo assim, o turismo tem o papel de incluir o respeito às populações nativas das regiões que possuam vocação turística, convertendo-se num meio de integração, renovação, convívio e a transformação da sociedade.

Com o desenvolvimento do turismo sustentável, há preservação da identidade local, resultando num maior cuidado com o patrimônio, tanto material quanto imaterial. A consequência deste trabalho é a percepção por parte da população, que os patrimônios de sua cidade não existem apenas para o turista ver, mas, faz parte de suas vidas e é reelaborado permanentemente pela coletividade.

Trabalhar com a hipótese de que a atividade turística gera apenas impactos positivos no meio ambiente natural e sociocultural, é uma visão muito romântica e ilusória. O turismo também gera impactos negativos, dependendo como ele é aplicado.

Pode-se dizer que o turismo como setor econômico apresenta-se com duplicidade de sentido, dependendo da forma como é explorado, preserva ou destrói o meio ambiente e os valores socioculturais; valoriza o patrimônio histórico-cultural ou depreda-o; auto-realiza ou aliena o homem; integra populações ou segrega-as.

Conforme afirmação de Ferretti (2002), o turismo provocará impactos positivos e negativos no ambiente, tendo em vista a complexidade das relações de interdependência entre seus elementos. Os efeitos desses impactos ocorrerão no tempo e no espaço, envolvendo o homem, a sociedade e o entorno natural.

Não há atividade humana que não interfira nos ambientes, de alguma forma. É impossível o homem viver sobre este planeta sem transformá-lo. [...] Apesar de diversos autores ressaltarem os efeitos negativos do turismo sobre ambientes naturais, é preciso reconhecer que a degradação dos ambientes, de modo geral, não interessa ao turismo porque este tem o espaço como principal objeto de consumo. A degradação dos ambientes naturais ou urbanos provocada pelo turismo contraria a lógica reprodução da atividade. Nesses casos, ou há algum erro estratégico de planejamento subjacente ao processo de apropriação dos lugares pela atividade ou, simplesmente, o planejamento jamais existiu (CRUZ, 2003, p. 30-31).

Para detectar os impactos negativos e positivos causados pela atividade turística na cultura de uma localidade, é necessário identificar os choques culturais que o turismo criou e comparar aos de outras atividades; constatar quais eram as reais condições antes de ser implantada a atividade turística; desenvolver um inventário dos patrimônios culturais, bem como os índices de tolerância para os tipos de impactos criados; pontuar quais os níveis diretos e os induzidos de impactos que estão associados à atividade turística. Em relação aos pontos negativos da atividade turística, destacam-se os seguintes:

- Aceleração do processo inflacionário. Os empresários elevam os preços dos produtos ao detectarem um fluxo de turistas elevado no local, com o intuito de lucratividade rápida. Ou seja, se o preço de custo de um artesanato é R\$5,00, os empresários o vendem por R\$40,00, ganhando mais de 500% de lucro em cima do produto.
- Depredação do meio ambiente, em favor de interesses imediatistas de empreendedores turísticos ou implantação de “guetos de luxo” com praias privadas, algumas delas comprometendo o ecossistema.
- Poluição de cursos d’água e de praias; destruição de trilhas e vegetação.
- Uso do solo urbano de forma especulativa sob a bandeira do turismo. Não somente os preços do solo tornam-se mais elevados, com a entrada de investimentos turísticos, como também são oferecidas facilidades a grupos econômicos que chegam a se implantar nos chamados “planos urbanísticos / turísticos”. Muitas vezes esses grupos econômicos, após adquirirem os terrenos a preços irrisórios, repassam os mesmos a terceiros. Inicia-se uma cadeia especulativa com os mais diversos efeitos. Os mais graves deles consistem na expulsão das populações nativas de baixa renda, os antigos moradores.
- Concessão de subsídios, facilidades, às elites locais ou a grupos de estrangeiros, de acordo com a disponibilidade financeira desses investidores. O acesso às linhas de financiamento fica fora do alcance do pequeno e médio empresário, que, em princípio, são excluídos, por não disporem das garantias exigidas.

- “Neocolonialismo” em alto grau e subserviência ao estrangeiro; presente em várias situações, transações comerciais, dos trabalhadores das organizações e das populações nativas.
- Descaracterização cultural, com a introdução de hábitos estranhos às populações nativas. A cultura torna-se uma mercadoria, com o intuito de agradar o turista.
- Sexo e prostituição infantil: esta realidade é acentuada em regiões com muito desemprego e subemprego. Em algumas cidades, o turismo é a única atividade econômica no local. Isto é ruim, pois, a atividade turística possui períodos de fluxo alto – férias e feriados e baixa temporada, período de fluxo turístico baixo. Devido às difíceis condições sociais que os nativos se encontram diante do mercado de trabalho, muitos se prostituem para sobreviver diante desta sazonalidade.
- Crime: devido ao poder aquisitivo do turista geralmente ser superior ao do nativo, acarretando assim, tráfico de drogas, prostituição e roubos.
- Congestionamento de automóveis, em povoados remotos e sítios históricos.

Boullón (2000) define os seguintes grupos em ordem de responsabilidades pelos impactos negativos do turismo:

- 1° - Riqueza
- 2° - Administração Pública
- 3° - População local
- 4° - Pobreza

De acordo com o autor, a combinação do poder da riqueza com a ignorância e a cumplicidade dos governos, aliada à indiferença da população local, produz o fenômeno da especulação imobiliária e outros impactos. A pobreza também gera impacto negativo. A ocupação desordenada da periferia induz à depredação dos espaços naturais, a captura de animais, em vias de extinção, para venda como mascotes ou como alimento.

Conforme Ferretti (2002) pode-se entender e até justificar as ações de pobreza, da população local e riqueza que visa os benefícios econômicos. Mas, a ação dos governos é inexplicável. Estes aprovam projetos de desenvolvimento que, na maioria das vezes, não condizem com a realidade daquele ambiente. Permitem usos de espaços sem respeitar as características do ambiente. Com o tempo, os problemas se renovam, cada vez com menores chances de solução.

Sendo assim, o espaço torna-se mercadoria, entrando no contexto da comercialização, em um movimento da transformação do uso em troca, mediado pelo mercado. Com isso,

modificam-se os modos de uso das pessoas. No plano regional e mundial, os espaços são comercializados em prol da atividade turística.

O turismo, tal como outras atividades – e concorrendo com elas – introduz no espaço objetos definidos pela possibilidade de permitir o desenvolvimento da atividade. Além disso, objetos preexistentes em dado espaço podem ser igualmente absorvidos pelo e para o turismo, tendo seu significado alterado para atender a uma nova demanda de uso, a demanda do uso turístico (CRUZ, 2003, p.12).

A apropriação dos espaços pela atividade turística determina novos significados ou extingue definitivamente determinados espaços pré-existentes. O *marketing* possui forte papel nesta reconstrução, criando novos valores e expectativas, dentre os modismos e muitas vezes padrões de consumo da população.

A criação de espaços turísticos e de lazer, por exemplo, a partir de novas estratégias interfere na produção de novas centralidades, no sentido de que produz pólos de atração que redimensionam o fluxo de pessoas num espaço mais amplo. Um movimento que é orientado pelo desenvolvimento da informação e do *marketing*, que “inventa” lugares onde as pessoas devem passar as férias, influenciando o consumidor com sua idéia de “paraísos terrestres” onde o cotidiano se encontra em aparente suspensão. O fato de que o espaço se transforma em mercadoria produz uma mobilização frenética desencadeada pelos promotores imobiliários – no plano do lugar – e pode levar à deteriorização ou mesmo a destruição de antigos lugares, em razão da realização de interesses imediatos, em nome de um presente programado e lucrativo, que traz como consequência, a destruição de áreas imensas que passam a fazer parte do fluxo de realização do valor de troca (CARLOS, 1999, p.180).

De acordo com Carlos (1999), o espaço geográfico articula duas dimensões, aquela da localização (um ponto no mapa) e aquela que dá conteúdo a essa localização, que a qualifica e singulariza. Esse conteúdo é determinado pelas relações sociais que aí se estabelecem – o que confere ao espaço a característica de produto social e histórico.¹⁰

As mercadorias e os objetos mudaram de sentido, posto que, em vez de designar uma coisa simples, articulada com o universo da necessidade imediata, criam-se cada vez mais mercadorias que são estratégias e políticas, como no caso específico do espaço. [...] se por um lado assistimos à tendência da produção de bens imateriais, por outro vende-se cada vez mais o espaço, inaugurando um movimento que vai do espaço de consumo (particularmente produtivo – aquele da fábrica que cria o espaço enquanto condição da produção, distribuição, circulação, troca e consumo de mercadorias) ao consumo do espaço, isto é, cada vez mais se compram e vendem pedaços do espaço para a reprodução da vida (CARLOS, 1999, p. 174-175).

¹⁰ Carlos, 1999, pág. 175.

Todo espaço pode ser considerado espaço turístico, dependendo de sua valorização e utilidade diante da sociedade. E muitos espaços só têm existência, devido aos interesses do mercado, sendo utilizados enquanto objetos de consumo.

A intensificação do uso turístico de dada porção do espaço geográfico leva a introdução, multiplicação e, em geral, concentração espacial de objetos cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade. Entre esses objetos, destacam-se os meios de hospedagem, os equipamentos de restauração e de prestação de serviços e infra-estrutura de lazer. Nesse processo de apropriação dos espaços pela prática social do turismo está a gênese dos territórios turísticos. [...] Como tais objetos não podem ser “lançados no território” aleatoriamente, são, necessariamente, acompanhados por infra-estrutura de saneamento básico, energia, telefonia e acesso. Esse conjunto de “objetos turísticos” e “objetos-suporte”, quando somados à presença do turista, configura, materializa o lugar turístico (CRUZ, 2003, p.12-13).

Os moradores também compõem o território turístico, visto que estão inseridos nas trocas de consumo do espaço, pois, eles permitem a utilização dos espaços públicos de sua cidade para a prática do turismo e utilizam os mesmos para fins de lazer. Seus hábitos culturais, muitas vezes, são modificados devido à atividade turística e muitos objetos na cidade ganham novos significados no local.

A valorização cultural pela prática social do turismo e a divisão social e territorial do trabalho são fatores que condicionam a escolha de um espaço para uso turístico. Porém, a cultura é dinâmica, devido a isto, não necessariamente, os territórios que são turísticos hoje serão amanhã. Muitos espaços turísticos, devido à influência e modificação do homem, perdem suas características, deixando de atrair um fluxo turístico. Isso acontece devido à falta de qualificação profissional em trabalhar em determinadas áreas turísticas.

O público e o privado se diferenciam cada vez mais no espaço consumido. A diminuição da sociabilidade é assinalada pelo fim das atividades que aconteciam nos bairros, provocada, muitas vezes, pela atividade turística. Com isso várias atividades populares passam a extinguir diante desse cenário. Nota-se o fim das procissões, o fim das quermesses, o fim dos encontros nas esquinas, das brincadeiras nas ruas, as reuniões na praça, nas portas das casas, o fim das serenatas. A população das cidades passa a não se identificar com os antigos espaços públicos, pois, estes já não pertencem mais ao coletivo e subjetivamente, foram reapropriado pelos turistas, pois, estes “pagam” para consumi-lo. Afinal, as relações existentes com os espaços públicos entre turistas e nativos são distintas. Os turistas apropriam dos lugares a partir de relações fugazes, já os residentes possuem relações duradouras. Esta abordagem é necessária para refletir a relação de identidades nos espaços da cidade. A

identidade que humaniza as relações de convivência e pertencimento ao grupo e ao lugar. Processos de apropriações diferenciados e ao dinamismo cultural, que a todo o momento sofre modificações em prol das trocas sociais: turismo versus nativo.

Identidade é o sentimento de pertencimento a algum grupo social; afinidade com algo que lhe resgata um elemento individual ou coletivo. Os grupos configuram suas experiências através da ocupação de determinado lugar ou território. Através destes, os indivíduos pertencentes, criam suas identidades, seja pelas roupas, gastronomia, comportamentos, rituais, lendas, crenças, valores, músicas, danças, dentre outros.

A percepção advinda das perguntas – de onde você é, ou quem você é – em fração de segundos percorre toda a memória e busca no todo do ser “o que é que os referencia”; na realidade trata-se do resgate de um fenômeno humano que é chamado de identidade.

O conceito de identidade passa por diversas abordagens. A psicologia social e a antropologia deslocaram seu enfoque para a questão da individualidade e os processos de perspectiva grupal, quando trata da identidade étnica e identidade social (MARTINS, 2003, p.42-43).

Dentro dessas abordagens, a identidade social pode ser entendida como o reconhecimento por parte do indivíduo, de pertencimento a um grupo social específico. Junto a esta definição, associam-se as características relacionadas a emoções; sentir-se e fazer parte de um grupo; os valores agregados culturais. É o conjunto de traços psicológicos, o modo de ser que se reflete nas ações e na cultura material.

Identidade se relaciona com a memória coletiva, preservando muitas situações e experiências, as quais o indivíduo recorda-se, inclusive, a maneira encontrada pelo indivíduo não perder sua identidade, é relembando suas histórias. Todo ser humano sabe de sua origem, do país e cidade em que nasceu, porém, estes dados não asseguram que o indivíduo mantém sua identidade, pois, esta é mutável.

Além das identidades coletivas, que é o pertencer a uma determinada comunidade, ao processo de aprendizado familiar, passado de gerações a gerações, aprendido nas escolas ou convivências cotidianas; o indivíduo também possui suas identidades próprias. As histórias individuais de cada ser humano, também influenciam no convívio do grupo, o qual, este indivíduo faz parte. E estas experiências individuais são subjetivas, fazendo com que o contato com o “outro” modifique ou transforme uma identidade até então praticada e reconhecida em uma sociedade.

Para José de Souza Martins “a história local é a história da particularidade embora ela se determine pelos componentes universais da história. Isto é, embora na escala local raramente sejam visíveis as formas e conteúdos dos grandes processos históricos, ela ganha sentido por meio deles quase sempre ocultos e invisíveis (...), é no âmbito do local que a história é vivida e é onde pois tem sentido”¹¹. É preciso levar em conta que a história tem uma dimensão social que emerge no cotidiano das pessoas, no modo de vida, no relacionamento com o outro, entre estes e o lugar, no uso (CARLOS, 1999, p.26).

De acordo com Carlos (1999) o lugar é a porção do espaço apropriável para a vida, apropriada através do corpo, dos sentidos, dos passos de seus moradores, é o bairro, é a praça, é a rua, e nesse sentido poderíamos afirmar que não seria jamais a metrópole ou mesmo a cidade *lato sensu* a menos que seja a pequena vila ou cidade, vivida, conhecida, reconhecida em todos os cantos.¹²

Há hoje um debate muito profícuo sobre o sentido da noção de lugar. Podemos iniciar a reflexão com Milton Santos¹³ que afirma que existe uma dupla questão no debate sobre o lugar. O lugar visto “de fora” a partir de sua redefinição, resultado do acontecer histórico e o lugar visto de “dentro”, o que implicaria a necessidade de redefinir o sentido. Para o autor o lugar poderia ser definido a partir da densidade técnica (que tipo de técnica está presente na configuração atual do território), a densidade informacional (que chega ao lugar tecnicamente estabelecido) a idéia da densidade comunicacional (as pessoas interagindo) e, também, em função de uma densidade normativa (o papel das normas em cada lugar como território). A esta definição seria preciso acrescentar a dimensão do tempo em cada lugar que poderia ser visto através do evento no presente e no passado (CARLOS, 1999, p. 19-20).

A metrópole não é “lugar”, ela pode ser vivida parcialmente, pensando nos espaços sociais dos bairros. Onde se cria espaços de identidades - lugar, como os pequenos atos corriqueiros, ir à padaria, jogo de bola, as brincadeiras, dentre outros.

O lugar é a base da reprodução da vida e pode ser analisado pela tríade habitantes – identidade – lugar. A cidade, por exemplo, produz-se e revela-se no plano da vida do indivíduo. Este plano é aquele do local. As relações que o indivíduo mantém com os espaços habitados se exprimem todos os dias nos modos de uso, nas condições mais banais, no secundário, no acidental. É o espaço passível de ser sentido, pensado, apropriado e vivido através do corpo (CARLOS, 1999, p.20).

¹¹ Entrevista a revista Memória, Departamento Histórico da Eletropaulo, julho/dezembro de 1993. São Paulo.

¹² Ana Fani Alessandri Carlos, 1999, pag. 20-21.

¹³ Encontro Nacional realizado em Aracaju em set. de 1995, pela Associação Nacional de Pós-Graduação em Geografia. Mesa-redonda “A redefinição do lugar”.

De acordo com Cruz (2003), em se tratando de territórios turísticos, são três os agentes de sua turistificação: os turistas, o mercado e os planejadores e promotores territoriais.¹⁴

Os turistas, devido à prática espontânea de alguns lugares, sem a mediação do mercado, transformam estes, em lugares turísticos. O mercado é capaz de criar produtos turísticos, em lugares até então não conhecidos (para o turismo); os transformando em potenciais turísticos. Os planejadores e promotores territoriais são agentes que possuem uma relação mais próxima com a localidade. São iniciativas locais, regionais, nacionais, com investimento na atividade turística.

Uma vez apropriados pelo turismo, os núcleos urbanos são submetidos a duas situações distintas:

- a) Eles podem ser incorporados, espontaneamente, ao circuito das localidades turísticas, em função de terem suas características valorizadas pela atividade. Em decorrência de uma incorporação espontânea, essas cidades podem investir na atividade em busca da manutenção e da ampliação desses fluxos turísticos espontâneos ou ignorar a presença do turismo, deixando que este se aproprie do seu espaço, de forma aleatória e não planejada.
- b) Eles podem induzir o desenvolvimento do turismo, caso essa incorporação espontânea não ocorra, mediante políticas e planejamento da atividade, direcionando os equipamentos urbanos já construídos e aqueles a construir, em função de uma urbanização turística do lugar.
Há, ainda, os casos em que o processo de urbanização é, ao mesmo tempo, um processo de urbanização turística do lugar. Estes são os casos em que a “simbiose” entre turismo e fenômeno urbano se manifesta de forma mais evidente (CRUZ, 2003, p. 16).

O poder público possui o papel de intervir no planejamento, apoiar e muitas vezes, tomar a iniciativa no processo de urbanização das cidades com potenciais turísticos. São necessários projetos sustentáveis, que retratem realidades locais e que beneficiem primeiramente a população local, contribuindo, de fato, com a economia local.

Em Tiradentes, todos os eventos pesquisados acontecem em espaços públicos, mas será que estes espaços ainda podem ser considerados “lugares” para os nativos ou já foram incorporados pela atividade turística de tal forma que para consumi-los é necessário “ter dinheiro”? Será que os espaços públicos viraram espaços “privados”?

Vale ressaltar que esta modificação acontece de forma subjetiva e muitas vezes, a população não percebe estas transformações internas, simplesmente passa a não mais praticar atividades até então freqüentes em seu cotidiano. Com isto, os lugares de convívio social de determinada localidade fica tão remodelado às necessidades dos turistas, ocasionando, muitas vezes, a falta de interesse dos turistas em visitar ou permanecer nesta localidade. Ou seja,

¹⁴ Rita de Cássia Ariza da Cruz, 2003, Cap. 2, pág. 14.

muitos turistas passam a não mais freqüentar a destinação, pois, este busca as singularidades nas regiões visitadas.

O turista que viaja a lazer, muitas vezes, está em busca do exótico, do diferente. E os lugares que possuem outros contextos culturais (diferentes do cotidiano do turista) são considerados atrações turísticas. A cultura popular de cada localidade, muitas vezes, atrai milhares de turistas. Com este contato, há uma modificação cultural, tanto da população local, quanto dos turistas, pois, a cultura é dinâmica e está inserida em um processo de transformação, mas estas alterações não acontecem de forma harmoniosa, é um processo conflitante.

Os conflitos acontecem, no fato das pessoas não aceitarem as diferenças culturais e tratarem a distinção como algo estranho, excêntrico. Como consequência desta postura, são realizadas imposições de hábitos culturais a comunidades indígenas, negras, dentre outras. Relatando alguns exemplos: muitas vezes, as festas populares são transformadas em espetáculos para turistas, sem respeitar as limitações desta comunidade. Outro exemplo é o conflito existente entre o turista e o nativo, onde muitas vezes o habitante de determinada localidade é visto como *estranho*. As culturas populares são colocadas como exóticas e as pessoas que estão inseridas neste ambiente cultural, são apontadas como “*atrasadas*”, pois, muitas vezes, não podem desfrutar do avanço tecnológico, usando roupas e objetos rudimentares, peculiares dos locais os quais residem.

O popular não deve por nós ser apontado como um conjunto de objetos (peças de artesanato ou danças indígenas) mas sim como uma posição e uma prática. Ele não pode ser fixado num tipo particular de produtos ou mensagens, porque o sentido de ambos é constantemente alterado pelos conflitos sociais. Nenhum objeto tem o seu caráter popular garantido para sempre porque foi produzido pelo povo ou porque este o consome com avidez; o sentido e o valor populares vão sendo conquistados nas relações sociais. E o uso e não a origem, a posição e a capacidade de suscitar práticas ou representações populares, que confere essa identidade (CANCLINI, 1983, p. 135).

A cultura de elite cria expectativas ao turista, o conduzindo a buscar culturas excêntricas, para fotografar; levando-os a comprar artesanatos para ter recordações de experiências até então desconhecidas. Por se tratar da busca pelo “*estranho*” ou “*diferente*”, nota-se a necessidade em manter e denominar as culturas como populares, renomeando-as como intocáveis e autênticas. É de interesse das classes dominantes, a manutenção deste estereótipo, para que haja, sempre, uma distinção bem representativa, de turistas e nativos.

[...] A visão que reduz o artesanato a uma coleção de objetos e a cultura popular a um conjunto de tradições deve ser abandonada, bem como o idealismo folclórico que pensa que é possível explicar os produtos do povo como “expressão” autônoma do seu temperamento. O enfoque mais fecundo é aquele que entende a cultura como instrumento voltado para a compreensão, reprodução e transformação do sistema social, através do qual é elaborada e construída a hegemonia de cada classe. De acordo com esta perspectiva, trataremos de ver as culturas das classes populares como resultado de uma apropriação desigual do capital cultural, a elaboração específica das suas condições de vida e a interação conflituosa com os setores hegemônicos (CANCLINI, 1983, p. 12).

As culturas populares que são acessadas pela atividade turística, estão inseridas no processo de reconstrução cultural, de seus bens patrimoniais móveis e imóveis. O turismo cria novos objetos nos lugares, e também se apropria de objetos que já existem, como os objetos naturais (cachoeiras, rios, praias, montanhas, etc.) e objetos culturais (patrimônios históricos, festas populares, etc.), conferindo-lhes novos significados.

Deve-se ser cauteloso na maneira de definir e conceituar a cultura popular. Definições ligadas às expressões de autenticidade, livre das influências globais e imposições externas, geralmente são polêmicas. É necessário ter convicção que os sistemas culturais estão sempre em mudança. As comunidades reconstróem sua cultura a todo o momento, adquirindo crenças e costumes com outros povos. Atualmente, não sofrer este processo, é só vivendo isolado em alguma aldeia, pois, os meios de comunicação têm o papel de divulgar as informações contidas no mundo globalizado.

Canclini em seu livro, “As culturas populares no capitalismo”, polemiza conceitos de *cultura popular* como uma solução romântica, trabalhada como estratégia de mercado, principalmente no turismo, para comercializar espetáculos, produtos exóticos e diferentes.

A cultura popular assinala aquilo que a ideologia dominante tem por finalidade ocultar, a existência das divisões sociais que integram a lógica excludente do capital. Referir-se a uma prática cultural como “popular” significa admitir a existência de algo “não popular”, permitindo assim a distinção entre formas de manifestação cultural em uma mesma sociedade.

A cultura popular é pensada sempre em relação à cultura erudita, à “alta cultura”, a qual é de perto associada tanto no passado como no presente às classes dominantes. A própria elite cultural da sociedade, participante de suas instituições dominantes, que desenvolve a concepção de cultura popular.

Canclini (1983) relata que o artesanato, as festas populares, o criativo e as culturas não são intocados. Imaginar a cultura popular “pura” é acreditar que não estamos inseridos em um sistema capitalista. O mercado, a todo o momento, tenta influenciar a sociedade, em relação aos gostos, hábitos, vestimentas, tendências.

As culturas populares (termo utilizado por Canclini, por achar mais adequado a expressão, devido sua multiplicidade) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida.

O intuito de usar o termo “culturas populares”, a usar cultura oral, tradicional ou subalterna, é a identificação de fenômenos, não de essências. Utilizar outros termos a culturas populares, é enxergar possibilidade de redução do popular a um traço essencial (CANCLINI, 1983, p. 50).

De acordo com Canclini (1983), as culturas populares são construídas em dois espaços: a) as práticas profissionais, familiares, comunicacionais e de todo tipo através das quais o sistema capitalista organiza a vida de todos os seus membros; b) as práticas e formas de pensamento que os setores populares criam para si próprios, mediante as quais concebem e expressam a sua realidade, o seu lugar subordinado na produção, na circulação e consumo.

De acordo com a afirmação de Canclini acima, questiona-se: como caracterizar a cultura popular, enquanto uma atração turística? Como trabalhar o turismo, junto a comunidades locais? A cultura popular é a criação espontânea do povo ou o “espetáculo exótico de uma situação de atraso que a indústria vem reduzindo a uma curiosidade turística”?

A cultura popular não pode ser entendida como a “expressão” da personalidade de um povo, à maneira do idealismo, porque tal personalidade não existe como uma entidade *a priori*, metafísica, e sim como um produto da interação das relações sociais. Tampouco a cultura popular é um conjunto de tradições ou de essências ideais, preservadas de modo etéreo: se toda produção cultural surge, como vimos, a partir das condições materiais de vida e nelas está arraigada, torna-se ainda mais fácil comprovarmos esta afirmação nas classes populares, onde as canções, as crenças e as festas estão ligadas de modo mais estreito e cotidiano ao trabalho material ao qual se entregam quase todo o tempo. Pelo mesmo motivo, não nos parece útil para explicarmos os processos culturais do povo, pensá-los, ao estilo funcionalista, como formas vazias dotadas de um caráter universal, ou de acordo com o estruturalismo, como lógicas mentais, que adotam modalidades particulares em diferentes contextos (CANCLINI, 1983, p. 42).

A fascinação nostálgica pelo diferente é uma das motivações turísticas. A atividade turística precisa preservar as culturas populares, para conseguir atrair turistas para determinada localidade.

O turismo requer uma mistura com o tradicional / primitivo e o avanço tecnológico. Ele quer manter as características próprias de determinada localidade, mas ao mesmo tempo,

quer proporcionar aos turistas comodidades, conforto e luxo, sem romper totalmente, com as características urbanas. Os turistas querem comprar artesanatos e produtos típicos nas destinações turísticas, porém, necessitam adaptá-los às realidades de suas casas, trabalhos.

Devido a esta afirmação, as culturas populares, passam, muitas vezes a adaptar seus hábitos, costumes, valores e artesanatos, em prol da atividade turística e do lucro, proporcionadas pela mesma.

A estrutura do raciocínio confessa as suas operações ideológicas: a) mostrar que o antigo e o moderno podem coexistir, que o primitivo possui um lugar na vida atual; b) organizar esta relação, enlaçar ambas as partes (ao mesmo tempo que as diferenças, subordina o primitivo diante do atual, como o faz a forma adversativa “mas”: o seu uso reiterado para vincular o artesanal e o industrial significa que o artesanal é fatalmente inferior e defeituoso, que pode permanecer entre nós se melhorado por aquilo que o supera) (CANCLINI, 1983, p. 67).

Devido a este poder da atividade turística, é necessário repensar as formas de apropriação de espaços, para que neste processo, não haja exclusão de turistas e nativos. Afinal, os nativos precisam dos turistas para sua sobrevivência econômica. Mas como trabalhar o resgate cultural, levando em consideração as mudanças advindas da globalização e do capitalismo?

[...] Não basta “resgatar” a cultura popular, evitando que se percam os mitos, o artesanato e as festas. [...] Os mitos e a medicina tradicional, o artesanato e as festas podem servir para a libertação dos setores oprimidos desde que sejam reconhecidos por eles como símbolos de identidade que propiciam a sua coesão, e desde que os indígenas e as classes populares urbanas consigam reverter estes “resíduos” do passado em manifestações “emergentes”, contestatórias. Para que isso ocorra é fundamental que os setores populares se organizem em cooperativas e sindicatos a partir dos quais possam ir reassumindo a propriedade dos meios de produção e de distribuição. Mas também é vital que cheguem a se apropriar do sentido simbólico dos seus produtos. Obviamente isto não significa que eles devem ser reintegrados ao contexto indígena, ou que se deva “indenizar” as lojas urbanas, mas sim que deve ser elaborada uma estratégia visando o controle progressivo sobre os espaços e mecanismos de circulação.

Uma tal estratégia requer o discernimento do que as culturas é mera sobrevivência e o que representa os interesses atuais das classes subalternas, e, portanto, é capaz de se opor ao sistema hegemônico. Conseqüentemente devem ser examinadas as possibilidades que os mercados e feiras oferecem para os produtores, que devem reclamar uma participação ativa na sua organização e administração, na publicidade turística, no julgamento dos concursos, etc. Em suma, devem lutar pelo controle econômico e cultural da sua produção e de todas as instâncias onde ela pode ser refuncionalizada e ressignificada. A respeito das inovações do desenho, na apresentação e na difusão do seu trabalho, devem ser os artesãos, os dançarinos, os trabalhadores indígenas da cultura os que devem decidir quais mudanças podem ser

aceitas e quais se opõem aos seus interesses. Na medida em que as classes populares rurais e urbanas desempenharem este papel de protagonista, iremos tendo uma cultura popular: uma cultura que surja democraticamente da reconstrução crítica da experiência vivida (CANCLINI, 1983, p. 110-111).

A população de determinada localidade precisa deter o poder em sua cidade, pois, para ela, o espaço se reproduz enquanto lugar, onde se desenrola a vida em todas as dimensões; habitação, lazer e trabalho. Todas as relações sociais do habitante estão no lugar no qual ele cria sua identidade, fugindo, muitas vezes, da homogeneização imposta pela sociedade de consumo. No momento em que os moradores de uma cidade turística tiverem autoridade em relação às tomadas de decisões, criação de eventos ou mudanças sociais, eles serão beneficiados pela economia gerada pela exploração turística local.

Dentro deste contexto, pesquisar sobre os eventos de Tiradentes MG, os quais foram direcionados neste estudo como eventos turísticos e populares é um desafio. Pois, em muitas cidades turísticas, eventos são criados apenas para satisfazer as necessidades dos turistas e lucratividade imediata de empreendedores locais, sem participação dos nativos.

Interessante sublinhar que dois eventos de proporções internacionais vêm se consolidando como importantes traços identitários de Tiradentes. Isso porque os moradores souberam acolher de maneira singular tais acontecimentos, inserindo os mesmos no tecido sócio-cultural da cidade. O primeiro deles consiste na Mostra de Cinema de Tiradentes, realizada durante o mês de janeiro; presente desde o ano de 1998, o Festival pode ser considerado como um dos principais eventos cinematográficos de Minas Gerais. (...) O segundo atrativo que, embora também recente, conseguiu literalmente “cair no gosto” dos moradores, consiste no Festival Internacional de Cultura e Gastronomia (INVENTÁRIO CULTURAL TIRADENTES 2005).

A partir desta afirmação, cabe questionar: será que os moradores realmente acolheram o Festival Gastronômico e a mostra de Cinema como eventos da cidade? Como estes participam deste evento? Será que a população está realmente envolvida? Será que estes eventos retratam a identidade local?

Devido a esta afirmação, nota-se uma necessidade de estudar a história de Tiradentes, entendendo a vida social de sua população, junto a sua cultura.

2.1 Breve histórico e dados de Tiradentes MG

A cidade foi fundada em 1702 por João de Siqueira Afonso, descobridor de muitos filões de ouro na encosta da Serra de São José, dando origem a um arraial batizado com o

nome de Santo Antônio do Rio das Mortes. O Arraial posteriormente passou a ser conhecido como o Arraial Velho, para diferenciá-lo do Arraial Novo do Rio das Mortes, a atual São João Del Rei. Em 1718, o arraial foi elevado à vila, com o nome de São José, em homenagem ao príncipe D. José, futuro rei de Portugal. Durante todo o século XVIII, a Vila de São José viveu da exploração de ouro e foi um dos mais importantes centros produtores de Minas Gerais.

De acordo com Freitas (1998), no início do século XIX, a vila de São José não atraía mais os milhares de mineradores em busca do ouro. As minas secaram e os senhores de minas desviaram suas atividades para a agricultura e pecuária. A extensão territorial do Termo da Vila ainda continuava enorme, incluindo alguns arraiais como Bom Sucesso, São Tiago, Prados, Santo Antônio do Amparo, Cláudio, Oliveira e Passa Tempo. Assim, o município de Tiradentes foi sendo abandonado, pelo esgotamento natural do ouro e ficando esquecido e castrado de progresso.

A decadência da Vila de São José era tão intensa que ela chegou a ser suprimida pela lei nº 360 de 30 de setembro de 1848, incorporando-a ao município de São João del-Rei. Logo em seguida, em 20 de outubro de 1849, foi restaurada sua autonomia. Em 7 de outubro de 1860, ocorreu a elevação da vila de São José à condição de cidade, com o mesmo nome (FREITAS, 1998, p. 38-39).

Em 1864, a mão-de-obra feminina era expressiva. Elas trabalhavam no ramo de fiação e tecelagem. A produção atingia 30.000 varas de pano por ano. Porém, a atividade não chegava a ser industrial. D. Pedro II inaugurou a navegação a vapor no Rio das Mortes. Em 1881, o mesmo imperador inaugurou a Estrada de Ferro Oeste-Minas (E. F. Oeste-Minas) (FREITAS, 1998, p. 39).

No fim do século XIX, os republicanos redescobrem a esquecida terra de Joaquim José da Silva Xavier, o “Tiradentes”, fazem uma visita cívica à casa do vigário Padre Toledo, onde se tramou a Inconfidência Mineira. Com a proclamação da república, por decreto do governo provisório do estado, datado de 06 de dezembro de 1889, recebe a cidade o nome de Tiradentes.

No final do século XIX, o Juiz de Direito nomeado para Tiradentes, Edmundo Lins deu um depoimento sobre sua chegada à cidade dizendo que, naquele local “as ruas nasciam capim, transformando-se em matagais. Muitos eram as suas casas abandonadas e demolidas para aproveitarem-se as ruas pedras e madeiramento em novas construções em São João del-Rei.”

Após a virada do século, Tiradentes continuava abandonada pelas autoridades governamentais e seu povo sofrendo com a crise de uma cidade esquecida pelo tempo. Falta de emprego, dificuldades em solucionar problemas de educação e saúde continuaram à tona neste século.

Em 1947, o delegado municipal do recenseamento, José Bellini dos Santos, realiza um trabalho na cidade de Tiradentes analisando todos os aspectos sociais, políticos e econômicos que passava naquela região. Incluindo um minucioso levantamento sobre monumentos históricos e modernos do município e ainda identificando as dificuldades enfrentadas pela população, José Bellini fez um apelo ao país para que olhasse para Tiradentes. Segundo ele, “não é justo, pois, que outrora Vila famosa, onde os fatos maiores da nossa História, desde os tempos de Colônia até os primeiros anos do segundo Império, tiveram imensa repercussão, hoje cidade esquecida, posto que iluminada com o nome e a glória de Tiradentes tenha amparo oficial como um imperativo da justiça e amor ao passado” (FREITAS, 1998, p. 40-41).

A situação de “cidade morta” durou até meados do século XX. O fato de a cidade ter sido esquecida, devido à decadência dos metais preciosos, pode ser considerado um fator positivo, para a preservação do patrimônio histórico, pois evitou que muitos dos seus prédios coloniais fossem demolidos para dar lugar a novas construções ou obras de urbanização, como aconteceu em outras cidades do mesmo período.

Em 20 de abril de 1938, o conjunto arquitetônico da cidade foi tombado pelo então Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Por volta dos anos 1960, Tiradentes descobre a sua vocação turística, sendo hoje considerada um dos pólos turísticos mais importantes do País.

Tiradentes está localizada na zona fisiográfica dos Campos das Vertentes, divisa com São João del Rei, Prados, Coronel Xavier Chaves e Santa Cruz de Minas, na área do ciclo histórico – econômico do ouro; séculos XVII-XVIII, onde estão as cidades históricas em Minas Gerais, a 21°06',30" latitude S e 44°11' longitude W.

O município possuía, de acordo com o IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), censo 2000, 5755 habitantes, sendo 4.163 destes residentes em áreas urbanas e 1.592 em áreas rurais. Possui 83 Km² e 887 metros de altitude – medida da estação ferroviária. Fica a 14 km de São João Del Rei MG, 200 km de Belo Horizonte, 330 km do Rio de Janeiro e 480 km de São Paulo, ou seja, está no centro das principais cidades do Brasil, facilitando assim, a ida e permanência dos turistas para a cidade histórica.

[...] compararemos os dados levantados por nós no período desse feriado religioso em 2000 e 2001 com outros dois levantamentos, um realizado pelo SEBRAE em julho de 1996, e outro por Pellegrini no período de fevereiro a março de 2000, abrangendo o carnaval. Como primeira constatação recorrente nas três pesquisas, observa-se que o turista que visita Tiradentes na atualidade provém de várias partes do país, principalmente de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, capitais mais

próximas. É consenso nas três fontes que a maioria desses turistas são provenientes da Região Sudeste. Se em julho de 1996 e em janeiro de 2000 a maioria dos visitantes vinham do próprio Estado de Minas Gerais, constatamos que na Semana Santa a maior parte veio do Rio de Janeiro (30%), de São Paulo (25%) e de Minas Gerais (18%). O grupo que mais visita a cidade, permanece mais dias e participa dos eventos está na faixa de 30 a 40 anos, possui uma renda de média a elevada e sua faixa educacional se situa no nível superior. Possuem uma formação cultural apurada, quase erudita, no sentido de praticarem leitura regular e valorizarem a história e a arte como hábitos (CAMURÇA, GIOVANNINI JR, 2003, p. 234-235).

Atualmente, não existe linha de ônibus Belo Horizonte e Tiradentes, São Paulo ou Rio de Janeiro. É necessário fazer baldeação em São João Del Rei, conforme horário disponível na linha de ônibus da cidade. Outra forma de chegar a Tiradentes é através da locomotiva “Maria Fumaça” – que vai de Tiradentes a São João Del Rei, um passeio muito agradável.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa realizada foi à qualitativa, pois, a cultura não se mede. Não há como tratá-la a base de dados estatísticos. Robert Bogdan e Sari Biklen (1994) caracterizam a investigação qualitativa como fonte direta de dados no ambiente natural, constituindo-se o pesquisador no instrumento principal; é uma pesquisa descritiva, em que os investigadores, interessando-se mais pelo processo do que pelos resultados, analisam os dados de forma indutiva e dá preferência ao significado.

Assim, os dados recolhidos são designados por qualitativos, o que significa ricos em pormenores descritivos relativamente a pessoas, locais e conversas, e de complexo tratamento estatístico. As questões a investigar não se estabelecem mediante a operacionalização de variáveis, sendo, assim, formuladas com o objetivo de investigar os fenômenos em toda a sua complexidade e em contexto natural (BOGDAN, BIKLEN, 1994, p. 16 *apud* BOAVENTURA, 2007, p. 56-57).

Foi necessário observar, investigar e analisar com os nativos, para atingir o objetivo da pesquisa, pois, cada cenário é passível de novas interpretações, em cima das diversas e distintas simbologias envolvidas no contexto. Afinal, a cultura é dinâmica e constantemente sofre novas modificações, devido às influências externas ou internas. Foi uma investigação cuidadosa que deve ser pautada em cima de referências bibliográficas e documentais coesas, devido à polêmica da temática.

Procedimentos metodológicos

a) Bibliográfico

A pesquisa foi realizada através de livros, artigos científicos, teses, dissertações e monografias sobre antropologia, turismo e geografia.

A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses, etc. Utiliza-se de dados ou de categorias teóricas já trabalhados por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes dos textos (SEVERINO, 2007, p. 122).

Os temas pesquisados dentro da antropologia, relevantes ao trabalho são: cultura, cultura popular, cultura de elite, manifestações populares, patrimônio cultural e identidades sociais. Os temas que foram analisados no turismo são: definições, conceitos, eventos, impactos físicos e socioculturais da atividade turística no meio ambiente, desenvolvimento local e sustentabilidade. Os temas discutidos na geografia são: espaço geográfico, espaço turístico, lugar e territórios turísticos.

b) Documental

A pesquisa documental tem como “fonte documentos no sentido amplo, ou seja, não só documentos impressos, mas, sobretudo de outros tipos de documentos, tais como jornais, fotos, filmes, gravações, documentos legais. Nestes casos, os conteúdos de textos ainda não tiveram nenhum tratamento analítico, são ainda matéria-prima, a partir da qual o pesquisador vai desenvolver sua investigação e análise.” (SEVERINO, 2007, p. 122-123).

Este trabalho foi desenvolvido através de sítios turísticos, notícias e documentos impressos sobre Tiradentes MG, tais como: jornais, fotos, gravações e documentos legais, relatando sobre sua história, turismo e seus eventos (com ênfase para a Semana Santa, Jubileu da Santíssima Trindade, Mostra de Cinema e o Festival Internacional de Cultura e Gastronomia).

c) Observação

“A observação é todo procedimento que permite acesso aos fenômenos estudados. É etapa imprescindível em qualquer tipo ou modalidade de pesquisa” (SEVERINO, 2007, p. 125). Neste trabalho, a investigação de campo aconteceu através de observação dos eventos Jubileu da Santíssima Trindade e Festival Gastronômico, com documentação dos mesmos. Além destes, nos dias 11 e 12 de novembro, houve pesquisa de campo na cidade, com observação e realização de entrevistas (período em que não havia evento na localidade). A observação utilizada é a não-participante e individual, pois, houve um contato com a comunidade estudada, porém, sem integração do pesquisador com o pesquisado, e esta técnica foi utilizada por apenas um pesquisador. A observação aconteceu na vida real da população de Tiradentes, registrando-se os dados à medida que foram acontecendo.

d) Entrevistas

Foram realizadas entrevistas não-diretivas que foram aplicadas aos nativos¹⁵. O intuito desta foi proporcionar liberdade por parte do entrevistado, de expressar suas opiniões e sentimentos.

Entrevistas não-diretivas: por meio delas, colhem-se informações dos sujeitos a partir do seu discurso livre. O entrevistador mantém-se em escuta atenta, registrando todas as informações e só intervindo discretamente para, eventualmente, estimular o depoente. De preferência, deve praticar um diálogo descontraído, deixando o informante à vontade para expressar sem constrangimento suas representações (SEVERINO, 2007, p. 125).

As entrevistas aconteceram nos dias 11 e 12 de novembro/2009, no Jubileu da Santíssima Trindade e Festival Gastronômico. Os entrevistados destes foram escolhidos

¹⁵ Nativo significa: indivíduo natural de um lugar. Porém, vale ressaltar, que neste trabalho, também foram considerados nativos os moradores de cidades da redondeza – Mesorregião Campo das Vertentes, com distância de até 40 km de Tiradentes.

aleatoriamente durante o evento, sem critérios de escolha. O roteiro de entrevista está no apêndice deste.

A pesquisa bibliográfica foi crucial para o entendimento do objeto de estudo e confirmação da problemática apontada neste trabalho. Esta identificou a importância da dissertação, em cunho científico e social.

Após ter certeza do objetivo da pesquisa, aprovado através da pesquisa bibliográfica, iniciou a pesquisa documental, tendo necessidade de aprofundar em algumas temáticas, visto que este trabalho possui alguns assuntos até então não explorados, ou desconhecidos, cientificamente. Com a pesquisa documental, iniciou-se a construção das perguntas para as entrevistas. Depois de concluída, o pesquisador foi a campo fazer a observação no Festival Gastronômico, no Jubileu da Santíssima Trindade e nos dias 11 e 12 de novembro, junto aos nativos de Tiradentes. Junto à observação, foram realizadas as entrevistas para análise e conclusão da dissertação.

Vale à pena ressaltar, que todos os procedimentos foram indispensáveis para a conclusão do trabalho. Eles se constituem pelo conjunto de recursos e instrumentos adequados para a exploração das fontes mediante os procedimentos operacionais. A construção de um novo conhecimento pela ciência, só pode acontecer, mediante uma atividade de pesquisa especializada, com capacidade de domínio e manuseio de um conjunto de métodos e técnicas específicos, que além de adequados com a realidade do objeto estudado, deve ser seguido criteriosamente, para evitar falhas.

4 – RESULTADOS DA PESQUISA E ANÁLISE

4.1 – Caracterização dos entrevistados

As entrevistas realizadas em Tiradentes foram divididas em três datas estratégicas, sendo a primeira em um evento tradicional, a segunda em um evento turístico e a terceira em um período que a cidade não possuía eventos, buscando um distanciamento em função de a entrevista ocorrer fora do “calor” da festa. Vale ressaltar que as entrevistas não foram realizadas com turistas, mas com os nativos. Todos os entrevistados foram abordados aleatoriamente, sem distinção de idade, profissão ou sexo.

Foram no total, trinta e três entrevistas, sendo divididas assim: seis entrevistas nos dias 06 e 07 de junho/2009. Neste período, estava acontecendo o Jubileu da Santíssima Trindade, evento popular na localidade. O maior intuito desta pesquisa de campo foi ter acesso ao público deste evento. As pessoas foram abordadas para entrevista durante o evento. Sete entrevistas foram aplicadas no dia 29 de agosto/2009. Neste dia, acontecia o XII Festival Gastronômico de Tiradentes MG, evento turístico. Todas as pessoas entrevistadas participavam do evento. A área de abordagem foi o espaço em que o evento acontecia. Como no Jubileu da Santíssima Trindade, o maior intuito desta pesquisa de campo foi ter acesso ao público deste evento. Vinte entrevistas foram aplicadas nos dias 11 e 12 de novembro/2009 (quarta-feira e quinta-feira). Estas aconteceram em bairros afastados do centro histórico da cidade. O intuito desta metodologia foi conseguir nativos que não possuem benefícios diretos com a atividade turística local; por isso a escolha de dias da semana e não final de semana. Pois, no período, a cidade recebe poucos turistas, conseqüentemente, haverá menos pessoas trabalhando em prol da atividade.

Foram entrevistados vinte e seis mulheres e sete homens. O motivo da disparidade de sexo foi devido à maior facilidade de acesso e disponibilidade das mulheres em responder o roteiro de entrevistas, pois, este era longo e os homens não tinham paciência em respondê-lo. Nos dias 11 e 12 de novembro/2009, abordei muitas vendedoras nas lojas e em nenhuma destas, possuía homens. Estes estavam trabalhando nas ruas como carregador, pedreiro, pintor e não tinham tempo suficiente para ajudar na pesquisa.

Foram entrevistados três adolescentes (na faixa etária de 12 a 18 anos); dez jovens (na faixa etária de 19 a 25 anos); doze adultos (na faixa etária de 26 a 50 anos) e oito idosos (a

partir de 51 anos). Vale ressaltar que trabalhar com pontos de vista de adolescentes, jovens, adultos e idosos, tende a enriquecer a pesquisa, pois, analisamos visões diferentes, de acordo com os contextos socioculturais e históricos distintos vivenciados pelo público estudado.

Dentre estes entrevistados, vinte e seis moram em Tiradentes, sendo nove no centro; três no bairro Mococa; um no bairro Cascalho; quatro no bairro Cuiabá; dois no bairro Parque das Abelhas; três no bairro Santíssima Trindade; um no bairro da Torre; um no bairro Várzea de Baixo; um no Sítio do Engenho – Distrito de Tiradentes e um no bairro Caixa D'água. Quatro pessoas moram em São João Del Rei; uma em Santa Cruz de Minas; uma em Barroso e uma em Dolores de Campos, porém, todas trabalham em Tiradentes, chegam à cidade pela manhã, retornando no final do dia, após o expediente.

Vale ressaltar, que neste trabalho, também foram considerados nativos os moradores de cidades da redondeza – Mesorregião Campo das Vertentes, com distância de até 40 km de Tiradentes.

Em meio aos entrevistados, dezenove nasceram em Tiradentes; seis nasceram em São João Del Rei; um nasceu em Santa Cruz de Minas; um nasceu em Barroso; um nasceu em Dolores de Campos e um nasceu em Floriano Peixoto. Quatro entrevistados nasceram em cidades em outros Estados: três nasceram em São Paulo e um no Estado de Paraíba.

No total dos entrevistados, cinco são comerciantes, quatro são comerciários; quatro trabalham como domésticas; quatro são estudantes; quatro são funcionários públicos; três são aposentados; dois trabalham como pintores (destes um trabalha como carroceiro nos fins de semana); dois trabalham como *free lancer* nos eventos da cidade; um é gerente de hotel; um é artesão; um é professor; um é zelador de igreja e um é auxiliar de cozinha (por uma questão de ética em pesquisa, as pessoas não serão identificadas pelo nome, mas pela faixa etária, sexo e atividade econômica).

Apesar da última pesquisa de campo ter sido realizada durante a semana, conforme informações acima, foi difícil achar pessoas que não tivessem nenhum benefício com a atividade turística, principalmente quem trabalha no comércio e regime de *free lancer*. As únicas profissões que disseram não ter nenhum benefício com o turismo foram os estudantes, aposentados, professora, o zelador de igreja e a auxiliar de cozinha (esta trabalha em um restaurante longe do centro histórico).

4.2 Análises dos resultados

Para explicar as análises de resultados dos quatro eventos estudados, faremos a seguinte divisão:

- Público e nível de participação da população nos eventos
- O que a população mais gosta nos eventos
- O que a população menos gosta nos eventos
- Os benefícios que os eventos geram para Tiradentes
- As mudanças que os eventos estão sofrendo no decorrer dos anos

A ordem de análise dos eventos abaixo foi estabelecida, conforme as datas de acontecimentos destes na cidade. Ficando definido da seguinte maneira: Mostra de Cinema, Semana Santa, Jubileu da Santíssima Trindade e Festival Gastronômico.

4.3 Mostra de cinema

Diferentemente da Semana Santa e do Jubileu da Santíssima Trindade, a Mostra de Cinema é um evento novo, que se encontra na sua décima terceira edição. Criada em 1998, pela Universo Produção, este é coordenado por Raquel Hallak¹⁶.

Raquel Hallak nasceu em São João Del Rey, mas foi em Tiradentes, cidade vizinha com apenas 5 mil habitantes, que começou a carreira no cinema como coordenadora daquele que se tornou o maior evento do cinema brasileiro (...) “Quando eu pensei no projeto inicialmente, eu tinha pensado em São João Del Rey, porque eu tinha vontade de voltar na minha terra trazendo alguma ação cultural, já como uma contrapartida da minha atuação profissional. E a gente acabou encontrando em Tiradentes um respaldo dentro de um contexto interessante, que era em relação ao Centro Cultural Yves Alves, que é hoje onde funciona a sede do evento. E isso devido eu ter uma proximidade muito grande com o Yves, porque eu fui uma das mentoras do projeto Ação Global. Eu comecei minha vida profissional na área social, sócio-cultural, eu não atuava só na área cultural. E eu desenvolvi esse projeto de cidadania e tive a oportunidade de estar muito próxima dele pela Globo, e o Yves era uma pessoa que tinha uma inquietude muito grande. Então ele, com o Paulo Gil Soares, que fez, inclusive, o seu primeiro longa aqui, em 1968, o “Proeza de Satanás” (“Proeza de Satanás na Vila do Leve e Traz”).

¹⁶. À frente da Universo Produção, com Quintino Vargas e Fernanda Hallak, Raquel é a coordenadora de três mostras mineiras: Mostra de Cinema de Tiradentes (13^o edição – 22 a 30 de janeiro de 2010); Mostra de Cinema de Ouro Preto – Cineop (5^o edição – 17 a 22 de junho de 2010); e Mostra de Cinema de Belo Horizonte – Mostra BH (4^o edição – 21 a 26 de outubro de 2010)

(...) Quando eu me inseri na área cultural, quando eu abri minha empresa, foi o primeiro projeto que eu desenvolvi pela Universo. Porque a gente tinha intenção de ter uma empresa que não fosse de agenciamento de artistas, mas que fosse de projetos sócio-culturais, com o objetivo de existência, com conteúdo, eu sempre atuei fazendo alguma coisa que pudesse provocar alguma mudança, alguma transformação. Então eu me inseri na área cultural pensando em projetos que pudessem dar essa contribuição. Eu comecei com cinema e fui parar aqui exatamente porque o Yves veio a falecer quando o Centro Cultural não tinha sido terminado. E eu me senti co-responsável de fazer alguma coisa pra poder pressionar a inauguração desse espaço, que já estava fechado há oito meses e tinha sido reformado pela Fundação Roberto Marinho, que por sua vez não queria entregar para a prefeitura com medo exatamente do destino que podia ter o espaço. Então dentro dessa coisa do destino do centro cultural eu me inseri e falei “vamos fazer alguma coisa” e tomei partido de uma causa, vamos dizer assim, de que a gente precisava fazer uma programação cultural pra falar assim “pode inaugurar porque já tem programação cultural”. E aí veio essa idéia do cinema que era exatamente o que a gente não tinha. Então eu sempre busco atuar naquilo que pode ser diferente ou fazer diferente, ou que seja uma carência., seja uma deficiência em algum setor, alguma coisa que esteja precisando”
<http://www.mulheresdocinemabrasileiro.com/entrevistaRaquelHallak.htm>).

A Mostra de Cinema – Tiradentes MG, tem a missão de discutir cinema, sintetizar a produção nacional, fazer eco para seus melhores frutos, disseminar e promover o encontro do público com as produções nacionais, instigar novas idéias, trocas e visões, estimular as potencialidades artísticas e gerar reflexão.

O evento acontece em nove dias do mês de janeiro, e é gratuito para a população local. São oferecidos mais de 100 trabalhos audiovisuais brasileiros, dentre estes, oficinas, debates, mesas-redondas, encontros, filmes, painéis; sempre focando o segmento audiovisual e cultural.

O tema central da 13^o Mostra de Cinema foi Paradoxos do Contemporâneo; Contemporâneo em Movimento; Diversidade em Produção.

Os paradoxos e a diversidade da recente produção audiovisual brasileira estarão em pauta e em evidência na 13^a Mostra de Cinema de Tiradentes. A discussão sobre os paradoxos do contemporâneo foi motivada pela configuração dos filmes inscritos para seleção - um volume de produções que semeia o potencial do paradoxo, um universo eclético que apresenta uma multiplicidade de temas e propostas, variados perfis de realizadores e uma mescla de gêneros constituindo um complexo painel da produção audiovisual atual que o público terá a oportunidade de conhecer durante os nove dias de programação do evento (<http://www.mostratiradentes.com.br/tema-central.php?menu=prog&sub=tc>).

Esta representa muita visibilidade, contribuindo assim, para a difusão de forma democrática e participativa, da história do Brasil projetada nas telas de cinema instaladas no

“Cine-Teatro, Cine-Tenda e Cine-Praça” montados em Tiradentes, recebendo todos os anos uma média de 35 mil turistas. Esta não possui caráter competitivo, contando com a participação do público, que através do júri popular, elege o melhor longa, melhor curta e o melhor vídeo. Na cerimônia de encerramento, entrega-se o troféu barroco, representando o prêmio no concurso.

Os locais da realização do evento foram assim divididos:

1- Centro Cultural Yves Alves (Rua Direita, 168 - Centro Histórico)

- Sede do evento; coordenação; logística (recepção dos convidados); secretaria (oficinas); cerimonial; Cine-teatro; Cine-loja; Cine-café; TV Mostra; Seminário; Encontro com a crítica, o diretor e o público; exposição.

2 – Cine-praça (Largo das Forras)

- Exibição de longas e curtas-metragens; atrações artísticas; cortejo.

3 – Cine-tenda-bar-show (Largo da Rodoviária)

- Abertura oficial; exibição de longas, curtas-metragens e curtas digitais; mostrinha de cinema; espaço OI Futuro – *Lounge* Digital; intervenções artísticas; shows; hall de convivência; tenda bar show; cine loja; cine Café Fino Grão; bar; encerramento / premiação.

4.3.1 Público e nível de participação da população nos eventos

Conforme o resultado da pesquisa nota-se que a maioria dos entrevistados participa da Mostra de Cinema. Porém, foram pontuados três tipos de participação: assistindo os filmes, freqüentando as oficinas e tocando na banda da cidade. Destes, a maior participação foi em relação aos filmes. Segue abaixo algumas citações:

“Ah.. eu participei indo vendo lá no cine, nas telas que eles demonstram na praça principal de Tiradentes. Vendo os filmes.” (jovem – mulher – comerciante)

“Só assistindo mesmo os filmes, na praça, na tenda na rodoviária.. eles fazem uma tenda gigante na praça da rodoviária e na praça principal eles colocam telão. (...)” (adulta – mulher – comerciante)

“Ah.. a gente vai lá... assiste alguns filmes que oferecem para a população daqui...(...)” (adolescente – mulher – estudante)

A participação nas oficinas está destacada em segundo lugar pelos entrevistados. Porém, alguns disseram participar das oficinas e assistir os filmes.

“(...) tem as oficinas de teatro, que as crianças e jovens adoram e a gente assiste os filmes à noite, porque trabalha de dia e assiste a noite. (...)” (adulta – mulher – comerciante)

“(...) as oficinas são gratuitas, qualquer pessoa pode participar... então é muito bom... (...)” (jovem – mulher – comerciante)

Percebe-se que a população participa mais dos filmes, pois, estes também são exibidos à noite. Ao contrário das oficinas, que são disponibilizadas na maioria, em horário comercial, dificultando assim, a presença das pessoas que trabalham, sendo, desta forma identificada como uma atividade para jovens e crianças.

E apenas um entrevistado disse participar do evento tocando na banda de Tiradentes.

“Ah.. a mostra sempre a gente está participando...tem vezes que é música também... que eles chamam a banda nossa para tocar... (...)” (idoso – homem – aposentado)

A maioria dos entrevistados disse que tanto turistas, quanto os nativos participam do evento. É um evento gratuito que não seleciona o público alvo.

“Ah.. de modo geral.. não tem assim seleção não.. Tem turistas, povo da cidade.. (...)” (mulher – idosa – aposentada)

“É bastante gente.. tanto como o pessoal de Tiradentes, como o pessoal de fora que vem para conhecer... Os dois lados.” (jovem – mulher – comerciante)

“Turistas e população de Tiradentes. O final de semana ninguém tem condições de lazer, então é uma oportunidade ótima para ver um filme com a família. (...)” (jovem – homem – zelador da igreja)

Porém, apesar dos dois públicos participarem do evento, a maior parte dos entrevistados disse achar que os turistas participam de mais atividades no evento que os nativos, pois, eles possuem mais tempo livres para participar.

“(...) Eu acho que ainda pega mais turistas, porque para você participar destes eventos, você precisa estar disponível e a população normalmente, prefere trabalhar neste período. Talvez a pessoa não trabalha mas arruma um biquinho e vai trabalhar num bar...então, eu acho que continua pegando mais turistas...” (jovem – mulher – estudante)

“Os turistas com certeza participam mais, por causa do tempo... Quando a gente chega para sentar, já está todo mundo sentado e a gente não pode ficar em pé... (...)” (jovem – mulher – doméstica)

Quatro entrevistados disseram não poder participar da Mostra de Cinema, pois, trabalham no período. A cidade recebe muitos turistas, devido a isto, muitas oportunidades de trabalho surgem.

“A mostra de cinema é a mesma coisa... eu participo como *free-lance* também nos restaurantes... (...)” (adulto – mulher – *free-lance*)

“(...) A população que tem como participar participa, porque a maioria das pessoas trabalha neste período, então fazem algum bico neste período, mas ela oferece cursos... (...)” (jovem – mulher – estudante)

“Muito pouco também... porque a gente trabalha, né? Eu trabalho geralmente no fim de semana, daí meus patrões vem... e.. como a gente mora aqui, a maioria das pessoas trabalham em restaurantes, pousadas e já ta trabalhando... e os horários de filme, não combinam com os horários da gente...” (jovem – mulher – doméstica)

Uma pequena parte dos entrevistados, somente dois, disseram nunca ter participado do evento. Um destes não quis explicar o porquê e o outro argumentou não participar, pois, é igual o Festival Gastronômico, ou seja, o evento não é visto como destinado para a população local e sim para turistas.

“Não. Nunca fui também... é a mesma coisa da gastronomia...” (adulta – mulher – doméstica)

Vale à pena ressaltar que a outra entrevistada que disse não participar do evento, é uma idosa que quase não sai de casa. Ela não frequenta nenhum evento, com exceção dos de cunho religioso.

As entrevistas parecem indicar que a maioria da população participa da Mostra de Cinema, constituindo-se, assim, em um evento acolhido pelos nativos, devido às facilidades que são proporcionadas pela organização do evento.

4.3.2 O que a população mais gosta na Mostra de Cinema

A maioria dos entrevistados disse que o que eles mais gostam na Mostra de Cinema são os filmes que o evento exhibe.

“As pessoas têm a oportunidade de verem filmes que eles nunca viram... todos gostam de participar (...)” (adulto – mulher – doméstica)

“Algum filme... o que eu mais curto é o filme de criança, porque eu levo minha filha. (...)”
(jovem – mulher – doméstica)

“É a divulgação dos filmes brasileiros... porque a gente é acostumado a assisti só filmes estrangeiros, né? E a gente tem que valorizar mais nosso Brasil e a nossa televisão... nossos cineastas... (...)” (jovem – mulher – funcionária pública)

Em segundo lugar, de acordo com as entrevistas, a população gosta da facilidade de participação que os moradores possuem em relação à Mostra de Cinema, ou seja, todos podem participar e são bem tratados, independente da classe social.

“É uma oportunidade para a população de Tiradentes, porque os jovens daqui precisam de um lazer, porque é ao ar livre, grátis, né... Às vezes, o pessoal precisa de um cinema, nem sei se tem cinema em Tiradentes, eu acho que não tem, não sei...Então, é uma oportunidade de ir ver um filme diferente... Eu gosto, sempre passo lá... e vejo o pessoal de Tiradentes mesmo lá...(...)” (jovem – homem – zelador de igreja)

“(...) porque as pessoas ficam muito a vontade... livres para andar... para entrar... para escolher... é um público que não está preocupado que ele vai ter que gastar... é um evento que você não gasta muito... porque tudo praticamente é... você não gasta... (...)” (jovem – mulher – estudante)

Dentre uma entrevista e outra, sempre tem um depoimento comparando o Festival Gastronômico com a Mostra de Cinema, conforme exemplo abaixo:

“O acesso da população tiradentina que é mais fácil do que no Festival Gastronômico, pois, os preços são muito altos. (...)” (jovem – mulher – funcionária pública)

Duas pessoas disseram que o que mais gostam no evento são os shows ao vivo que acontecem no período.

“Os eventos são bons... tem shows a noite... me falaram que vão acabaram... não tenho certeza, entendeu? Esta questão de som, depois das 22 horas que não pode... eu acho que o sistema de barzinho, uma coisa mais reservada é legal... o show de jazz, blues, música popular... a população curte... fica cheio...” (adulta – mulher – comerciante)

4.3.3 O que a população menos gosta na Mostra de Cinema

A maioria dos entrevistados disse que não mudaria nada no evento, pois, gostam e participam do jeito que está.

“Na Mostra eu não mudaria nada não... deixaria assim mesmo...” (jovem – homem – zelador de igreja)

Dois entrevistados reclamaram da bagunça que o evento gera para a cidade e sujeira que os participantes deixam no local após o evento.

“Acaba dando um pouco de bagunça para a cidade, por ser gente mais nova, adolescente... bebe muito... entendeu?” (jovem – mulher – comerciante)

“Todo evento que tem, tem um certo ponto negativo, talvez da limpeza... porque o pessoal não respeita...você vê que a lixeira está ali mais eles usam o chão... talvez isto prejudique um pouco a cidade, né?” (adulta – mulher – doméstica)

Dois entrevistados disseram que poderiam ir mais artistas para o evento, “pessoas de expressão” na área de cinema, conseguindo modificar este contexto, a cidade receberia mais turistas no período, pois a presença deles atrairia pessoas de outras cidades e Estados.

“Eu acho que vem pouca gente de expressão no meio... a maioria das pessoas que freqüentam são aspirantes ao cinema... estudantes de cinema.. coisa assim... eu acho que o evento deveria ser planejado no sentido de trazer pessoas já mais experientes, pessoas famosas, estas coisas...” (idoso – homem – aposentado)

Três entrevistados disseram não saber responder pela pouca participação no evento.

4.3.4 Benefícios que a Mostra de Cinema gera para Tiradentes

Grande parte dos entrevistados disse que os maiores beneficiados com o evento são as pousadas, restaurantes e comércio em geral, pois, a divulgação faz com que a cidade receba muitos turistas no período.

“Gera benefícios. Lojas e artesanatos em geral. Restaurantes, pousadas e até mesmo pra mim na floricultura, eles pegam uma arranjinho para fazer uma sala vip. Ajuda.” (adulta – mulher – comerciante)

“Com certeza... porque gera dinheiro... são as pousadas... os donos das pousadas ganham... (...)” (jovem – mulher – funcionária pública)

Em segundo lugar, de acordo com os entrevistados, o evento faz com que Tiradentes seja divulgada, aumentando assim, o fluxo turístico local.

“É... tipo assim.. divulgando Tiradentes, porque vem muito ator, atriz da Globo, vêm muitos famosos, então ajuda que a cidade fica mais famosa, mais conhecida... com isto traz muitos turistas, que é o principal para a gente...” (jovem – mulher – comerciante)

“Tiradentes, passa na televisão toda hora, turista, movimenta muito, mais de 30 mil pessoas por ano aqui em Tiradentes, na Mostra de Cinema.” (adolescente – mulher – comerciante)

Apenas uma pessoa respondeu que a cidade não se beneficia com o evento.

“Eu acho que não. A única coisa que oferece para a população de Tiradentes é filme... e pipoca assim... A pipoca é de graça... fora isso não oferece nada não...” (adolescente – mulher – estudante)

4.3.5 As mudanças que a Mostra de Cinema está sofrendo no decorrer dos anos

A maioria dos entrevistados disse que o evento mudou muito, que todos os anos, a organização modifica algo na programação e formato, mas sempre para melhor. De acordo com as respostas, o evento está melhorando muito:

“Mudou demais.. está cada vez melhor... Eu lembro da primeira mostra de cinema que eu fui, era tenda de circo, com cadeira de plástico, de ferro.. hoje em dia tem até ar condicionado.. então está cada vez melhor...” (jovem – mulher – comerciante)

“Estão com certeza... porque melhora a estrutura do evento na praça... na montagem... na divulgação...” (jovem – mulher – funcionária pública)

Em segundo lugar, os entrevistados disseram que o evento está diminuindo o fluxo de participantes, de turistas. A cidade não fica lotada no período do evento, como nos primeiros anos de realização.

“Eu acho que no começo vinha mais turistas, este negócio do preço das diárias abusivas, que eu acho... refeição, está um pouco abusivo, restaurantes cobrando caro... Tiradentes já foi mais cheio... antigamente vinha mais pessoas.. até mesmo os clientes da loja vêm e falam que as pousadas está cobrando caro.. restaurantes está cobrando caro a comida... é isto o que

acontece... fala para um, fala para outro e acaba que a pessoa desanima a visitar a cidade.”
(jovem – mulher – comerciante)

“Caiu um pouquinho... caiu um pouquinho...né? Porque é necessário ter mais divulgação.. divulga muito perto.. Às vezes, tá chegando quatro, cinco dias para a Mostra de Cinema, eles distribuem os folders, estas coisas.. tem que ser bem antes, né? No começo do mês, para as pessoas participarem mais e vir mais... Também fica muito pertinho do carnaval, e o pessoal às vezes não vem por causa do dinheiro, para um, para o outro e aí economiza de um lado do outro...Caiu um pouquinho a população que vem de mais longe.. mas ainda tem um movimento bom...” (adulta – mulher – comerciante)

Duas pessoas disseram que o evento continua da mesma forma, sem modificações e apenas uma pessoa disse que o evento modificou para pior.

“Está piorando... Porque a cada dia que passa você vai lá para ver um filme... este ano não teve que pagar, mas acho que no ano passado teve... a pipoca já não é a mesma coisa, de graça... a acomodação do pessoal já não é a mesma coisa...” (adolescente – mulher – estudante)

4.4 Semana Santa

A Semana Santa de Tiradentes MG possui data móvel e é organizada pela Paróquia de Santo Antônio, começando nove dias antes do Domingo de Ramos. O sábado anterior ao Domingo de Ramos é denominado de Sábado dos Passos, onde acontece a Procissão do Depósito. Após o canto “*Popule Meus*” a comunidade conduz a imagem de Nosso Senhor dos Passos envolto em um velário, (pano roxo que cobre toda a imagem em forma de uma tenda islâmica) até à igreja de Nossa Senhora das Mercês. Lá, ao canto entoado pelo coral, o moteto “*Bajulans Sibi Cruce*”, é descerrado o velário. Este ritual acontece desde 1727. No domingo à tarde acontece a Procissão do Encontro. A Irmandade dos Passos puxa a procissão com a bandeira roxa, onde estão as letras SPOR (Senatus Populi Quod Romano), bordadas em dourado lembrando a condenação de Cristo pelos romanos. Ao mesmo tempo sai da capela de São João Evangelista a procissão levando a imagem de Nossa Senhora das Dores, acompanhada por figurantes vestidos de São João Evangelista e de Madalena. O Encontro das imagens acontece na Praça do Rosário, quando ocorre o sermão. A procissão continua percorrendo as ruas da cidade e passando em cada capela dos Passos, onde rezam e o coral

canta motetos de autoria de Antônio de Pádua Alves Falcão. “As Sete Dores Gloriosas de Maria Santíssima” ocorre quinze dias antes da Semana Santa. O Setenário de Nossa Senhora das Dores ocorre na Capela de São João Evangelista, quando são entoados hinos característicos para Nossa Senhora das Dores – “*Stabat Mater*”, do compositor João da Matta e rezam a ladainha, além de outras orações. Na Quinta-feira Santa dramatizam o Lava-Pés ao som do moteto “*Domini tu nihi lavas pedes*” de autoria de Padre José Maria Xavier. A adoração do Santíssimo ocorre após a cerimônia religiosa e dura toda noite (http://www.descubraminas.com.br/DestinosTuristicos/hpg_pagina.asp?id_pagina=2268&id_pgiSuper=).

Continuando a programação, de acordo com Giovannini Jr., Camurça (2003), na sexta-feira, acontece a cerimônia do Descendimento da Cruz, no adro da matriz, e que antecede a Procissão do Enterro. Nesta cerimônia, a população de Tiradentes, representa figuras bíblicas, tais como: Moisés, Jacó, Isaías, José, Simeão, apóstolos de Jesus, João Evangelista, Maria, Verônica, Maria Madalena, Nicodemos, José de Arimatéia, Pilatos, centuriões romanos, Jesus (que é retirado da cruz e colocado em esquife, para a procissão), dentre outros. Todos estes personagens, junto aos devotos presentes e a Banda Ramalho, participam da procissão. No andamento desta, são realizadas paradas, para o canto da Verônica. Também há participação das senhoras tiradentinas no coral que acompanha o desempenho da cerimônia.

No Sábado da Aleluia, ocorrem os rituais da Vigília Pascal. No domingo, a Procissão de Páscoa, sempre às 9 horas. Todos esses rituais ocorrem na Matriz de Santo Antônio.

Na noite do Domingo de Páscoa, ocorrem a Queima do Judas e a leitura de seu Testamento nos locais mais abertos da cidade. Por segurança, os locais variam de acordo com a previsão da Sociedade do Corpo de Bombeiros Voluntários.

Giovannini Jr., Camurça (2003), em sua pesquisa, registrou que são vários os aspectos que motivam os turistas a comparecerem em Tiradentes durante a Semana Santa e a visitar as igrejas barrocas.

É interessante notar que dos 100 questionários que aplicamos aos turistas frequentadores das igrejas barrocas durante a Semana Santa, quando se perguntava sobre a importância daquelas igrejas 58% reputaram a causa ao seu aspecto histórico e artístico, contra 6% que afirmaram sua importância prioritariamente religiosa. No entanto, 35% afirmam que sua importância é histórica, artística e religiosa, sem prioridades. Assim, cremos poder constatar que a dimensão místico-religiosa é variável na percepção dos turistas, ao passo que a esfera da história e da arte está sempre presente nas concepções deles, como um dado constitutivo do papel representado por esse conjunto barroco religioso. Dificilmente um turista, mesmo um religioso, padre ou freira, entra em uma dessas igrejas somente para orar, nesses dias de feriado. A idéia de patrimônio histórico e cultural se encontra presente, às

vezes mais determinante que a idéia do sagrado (CAMURÇA, GIOVANNINI JR, 2003, p. 240).

Os significados do evento para os turistas são distintos em relação aos moradores da cidade. Percebe-se que os turistas visitam as igrejas barrocas, devido ao seu aspecto histórico e artístico, não necessariamente devido ao significado religioso, distinguindo-se da população local, que, possivelmente, enxerga o evento, por um significado religioso e tradicional. Como o evento é organizado por membros locais, este, ainda consegue manter algumas tradições do século XVIII, mesmo sofrendo influências externas e possíveis modificações oriundas do aspecto dinâmico da sociedade.

4.4.1 Público e nível de participação da população na Semana Santa

A maioria dos entrevistados disse participar da Semana Santa em Tiradentes. Estes participam das missas, procissões e encenações temáticas.

“Eu participo muito das procissões que eu gosto e eu vou.. das missas...” (jovem – mulher – comerciante)

“Eu sempre participo... na Sexta-feira da Paixão, na procissão com o Cristo. É uma tradição e a gente sempre acompanha.. todos os anos...” (jovem – mulher – funcionária pública)

Quatro entrevistados disseram que além de acompanhar as celebrações, ajudam na organização do evento.

“Participo. Ora, eu participo das solenidades... aqui nesta rua.. pertinho do restaurante Padre Toledo... tem um passinho.. é tipo uma igrejinha... o passinho é uma das dores de Nossa Senhora... então todo ano na Semana Santa a gente enfeita, abre... (...)Eu sou a responsável pela Capela nesta rua... As procissões passam... são seis passinhos... agora.. eu só abro na semana Santa... mas eu gosto de abrir no fim de semana para os turistas que gostam de ver... A Verônica canta nestes passinhos... e este aí...conta a Verônica enxugando o rosto de Cristo... é muito bonito! (...)” (mulher – idosa – aposentada)

“(...) fico ajudando na igreja, né... Sempre precisam de uma coisa ou outra, eu sempre estou ali para ajudar... (...)” (jovem – homem – zelador de igreja)

“A Semana Santa, como é uma coisa tradicional, a população participa, mesmo porque é a população que organiza... quer dizer... ajuda a igreja organizar as procissões... os eventos que

acontecem na cidade... Eu já participei... desta organização, de procissão...” (jovem – mulher – doméstica)

Quatro entrevistados disseram que gostam muito do evento, acham importante para a população, mas não conseguem freqüentar porque trabalham no período, pois, a cidade recebe um alto fluxo turístico.

“Olha, a Semana Santa, eu fico trabalhando... aqui o movimento é muito grande, muita gente vem de fora...” (jovem – mulher – comerciante)

“Olha, eu só trabalho na Semana Santa... É um evento bom para a cidade, lucrativo. Eu acho que um dos melhores eventos da cidade é a Semana Santa...” (jovem – mulher – auxiliar de cozinha)

Dentre os entrevistados que disseram não freqüentar o evento devido ao trabalho, um é espírita e diz não freqüentar eventos da igreja católica.

A maioria dos entrevistados disse que tanto os moradores de Tiradentes, como os turistas participam da Semana Santa. Porém, trinta pessoas disseram que há uma maior participação da população local. Ou seja, apesar de ser um evento que atrai turistas, os moradores da cidade participam mais.

“Quem participa mais é a população... é um evento ligado a cidade... tradição. Inclui tanto o turista, quanto a comunidade.” (idoso – homem – aposentado)

“Tiradentinos e turistas. Mais tiradentinos... (...)” (adulta – mulher – doméstica)

“Eu acho que quem mais participa são os moradores... sempre tem turistas, mas na maioria são os moradores... porque eles vestes como figurantes na Sexta-feira da Paixão...” (jovem – mulher – funcionária pública)

A maioria disse que o evento capta todos os públicos e faixas etárias, porém, há uma participação maior dos idosos.

“Todos. Tudo quanto é tipo de gente... classe média, alta, gente mais humilde, todos participam... é uma época que vem todo tipo de pessoa, vizinhos, turistas, pessoas que moram nas roças e vem sempre nas comemorações... eles nunca faltam...” (adulta – mulher – comerciante)

“Eu acho que são os mais idosos... muitos jovens vão, mais vão com intuito de desfile, de roupa, grifes, porque hoje em dia, até para ir a missa está assim... os idosos não, eles vão com o intuito da oração. (...)” (jovem – mulher – auxiliar de cozinha)

4.4.2 O que a população mais gosta na Semana Santa

Todos os entrevistados disseram que gostam da Semana Santa, devido à parte religiosa. Dentre estes, a maioria disse gostar de tudo do período, sem exceção e que não existe o mais ou menos preferido.

“Tudo. Não posso separar nada não...” (adulta – mulher – comerciante)

“Gosto de tudo e não mudaria nada.” (idososa – mulher – aposentada)

Em nível de preferência, as procissões ficaram em primeiro lugar.

“É... eu gosto mesmo é das procissões... do movimento... eu acho muito bonito... porque é a tradição da cidade... isto é muito bonito...” (adolescente – mulher – comerciante)

“Eu gosto da procissão... eu acho que é uma das procissões mais bonitas que tem...” (jovem – mulher – estudante)

Dentro das citações de preferências religiosas, estão: missa do Domingo de Páscoa, Centenário das Dores, Domingo de Ramos, Sexta-feira da Paixão, o Lava pé e a Festa do Senhor dos Passos.

“Eu acho muito bonito o centenário das dores, os sete dias, cada dia a celebração de uma dor da Nossa Senhora... depois vem domingo de Ramos, com a procissão da prisão de Jesus, o ofício de Trevas, que há muitos anos não tinha em Tiradentes, agora voltou na terça-feira santa, a procissão da ressurreição no domingo de manhã, muito bonito também...” (jovem – homem – zelador de igreja)

Uma pessoa disse que o que mais gosta na Semana Santa é a orquestra e banda da cidade, que toca nas celebrações.

“É um dos eventos mais bonitos, principalmente por causa desta tradição... da tradição da música... orquestra... a banda... é um momento bonito mesmo de ser visto...” (jovem – mulher – funcionária pública)

4.4.3 O que a população menos gosta na Semana Santa

Todos os entrevistados responderam que não existe algo que eles não gostam na Semana Santa, pois, é um evento tradicional da cidade e todos participam. Apenas fizeram algumas considerações:

Primeiro: falta de respeito

“Eu não mudaria na Semana Santa. Dos anos todos que eu acompanho, continua sempre as mesmas coisas, eu acho que isto é uma questão de dar continuidade a uma coisa que já é tipo fixa. Uma coisa de Deus não tem como você ficar mudando... então todo ano tem a procissão, não é uma coisa que você vai lá e muda, sabe? Acho que está de bom tamanho... Ah... eu mudaria a falta de respeito, porque tem muita gente que está ali, achando que é uma festa e tudo... é o ato das pessoas... mas eu acho difícil de mudar, porque cada um pensa uma coisa... eu acho que é de cada um pensar e ver o que precisa mudar... parte de cada um...” (jovem – mulher – auxiliar de cozinha)

Segundo: o trânsito

“A gente cai de novo no trânsito... é ter um movimento na cidade, o trânsito fica horrível... a gente não consegue andar... fica perigoso para as crianças...” (jovem – mulher – funcionária pública)

Terceiro: participação da igreja

“Eu acho que eu mudaria a participação da Igreja diretamente com a cidade... Eu acho que a Igreja podia estar contribuindo mais com a comunidade, com a população. Em termos de mais missas, em termos de eventos que possa incluir mais a sociedade.” (adulta – mulher – comerciante)

4.4.4 Benefícios que a Semana Santa gera para Tiradentes

A maioria dos entrevistados disse que a Semana Santa beneficia a cidade, pois, é um evento que atrai um alto fluxo turístico, gerando renda para as pousadas, restaurantes e comércio. Interessante ressaltar que todas as citações de benefícios oriundos da atividade turística ficaram restritas para meios de hospedagem, restaurantes e o comércio.

“Acredito que sim... o pessoal das pousadas sempre tem reserva tudo cheia, o pessoal dos restaurantes não reclamam... (...)”

“Com certeza. Se vem turistas, eles não vêm e vão embora não...eles ficam nos hotéis, gastam restaurantes, daí aproveitam e ficam sexta, sábado e domingo... daí gera um lucro para a cidade também...”

Três entrevistados disseram que a Semana Santa beneficia a cidade no sentido da religião, pois, é um período que as pessoas ficam mais sensíveis, algumas fazem penitências, outras param de beber, como consequência, diminui a quantidade brigas e confusões.

“A gera... ah gera...eu acho que é uma semana, um mês de paz... um mês onde as pessoas se voltam mais para a religião... evitam beber... a cidade fica mais tranqüila...” (idoso – homem – aposentado)

Um entrevistado respondeu que a população se beneficia com o evento, pois, é um período que todos os moradores se interagem e participam na organização. Conseqüentemente, a cidade se beneficia, pois, são os habitantes que fazem a cidade ser um patrimônio da humanidade.

“Beneficia também... pelos mesmos motivos... além de ter a participação da população... porque são eventos que a população pode participar, mais efetivamente... não trabalhando... mas participando dos eventos...” (jovem – mulher – funcionária pública)

Apenas uma pessoa disse que o evento não traz benefícios para a cidade. Porém, não explicou o motivo.

4.4.5 As mudanças que a Semana Santa está sofrendo no decorrer dos anos

A maioria dos entrevistados disse que a Semana Santa não mudou, pois, é um evento tradicional e que não deve mudar. Eles disseram que gostam do jeito que está e não vêem necessidades de mudanças.

“Não... não vejo mudanças... muito pouco... justamente por ser uma festa tradicional... segue-se mesmo uma tradição...” (jovem – mulher – funcionária pública)

“A Semana Santa nunca muda, é muito raro, viu? É uma data muito especial... (...)” (jovem – mulher – comerciante)

Dentre as pessoas que disseram que o evento está mudando, três falaram que está mudando para melhor, pois, as pessoas estão participando mais. O evento tem conseguido interagir mais com a população.

“Vai mudando, né? Vai crescendo.. evoluindo.. vai ficando só melhor... A população vai participando cada vez mais, né? Eles vão ajudando cada vez mais, para ficar melhor...” (jovem – mulher – comerciante)

Na maioria das perguntas, os entrevistados disseram que o fato da Semana Santa ser tradicional, faz com que haja uma participação dos nativos no evento.

Quatro pessoas responderam que o evento está diminuindo em relação à quantidade de turistas que visitam a cidade. Fato que pode ser explicado pelo momento de crise vivenciado pela gripe H1N1 no período da pesquisa.

“Também diminuiu um pouquinho...diminuiu um pouquinho o movimento... era mais visitado, vinha mais ônibus, mais pessoas de fora, turistas... vinha mais.” (adulta – mulher – comerciante)

E uma pessoa reclamou da cidade, da administração, da falta de opções de lazer para os jovens, da falta de interesse dos órgãos públicos para a população.

“Vem mudando... vem mudando sim... tudo tá mudando aqui... de um certo tempo pra cá, Tiradentes não está sendo a mesma não... acho que está faltando administração... para ser sincera... sabe? Teve um tempo que foi bem bom... teve um tempo que dava para curtir... porque aqui em Tiradentes não tem nada para o jovem fazer... Tiradentes não tem nada no fim de semana...” (jovem – mulher – doméstica)

4.5 Jubileu da Santíssima Trindade

Conforme dados do sítio da Diocese de São João Del Rei (www.diocesedesaojoaodelrei.com.br) e informações no Jornal Jubileu da Santíssima Trindade (Tiradentes, 2009) a festa em devoção a Santíssima Trindade é um evento tradicional de base religiosa associado à tradição popular. Aproximadamente 10 mil devotos se deslocam ao centro de peregrinação, onde está o Santuário situado no oeste da cidade. As celebrações referentes à Santíssima Trindade, que em 1776, ocorriam em uma pequena capela que só cabiam seis bancos, atualmente são realizadas em um Santuário, que além da igreja,

possui uma loja de suvenires religiosos, sanitários, um chafariz, o salão dos romeiros e a sala dos milagres. O evento, além de atrair romeiros com o objetivo religioso, retrata aspectos da cultura popular da região, como a deposição de “milagres” ou ex-votos. A festa acontece durante 12 dias, e as pessoas rezam, cumprem promessas, compram lembranças, pois, vários ambulantes se instalam no local, neste período. Este acontecimento não possui data fixa, geralmente incidi nos meses maio e junho, cinco dias antes da celebração de Corpus Christi.

É neste atual santuário, há 223 anos, que os devotos se reúnem para celebrar o Deus uno e Trino, na maior festa popular da cidade, em número de pessoas.

De acordo com o trabalho de campo realizado no período, observou-se que este evento não atrai muitos turistas, o evento é realizado para atender as expectativas dos residentes e romeiros (denominação utilizada pelos entrevistados, para classificar as pessoas que não moram em Tiradentes, mas em cidades vizinhas e que comparecem no evento, devido à devoção à Santíssima Trindade). Os romeiros chegam a Tiradentes de manhã, com grupos, e retornam à cidade de origem, no final do dia, não pernoitando no local.

4.5.1 Público e nível de participação da população no Jubileu da Santíssima Trindade

Todos os entrevistados participam ou já participaram, de várias formas, do Jubileu da Santíssima Trindade: seja das novenas; passeando na rua Santíssima Trindade entre as barraquinhas, que vendem comidas, bebidas, roupas, panelas, CD's, roupas íntimas, dentre outros; participando das missas no Santuário da Santíssima Trindade; indo às procissões; tocando na banda / orquestra da cidade, ou ajudando na organização do evento (nas procissões e na igreja).

A maioria dos entrevistados afirmou que participa da parte religiosa e profana do evento.

“Eu participo freqüentando... todo ano eu freqüento direto... as novenas, todas as solenidades que tem... barracas...” (mulher – idosa – aposentada)

“Todo ano eu participo. Ah..eu participo da novena, né? E no domingo tem a festa, aí tem missa... Na segunda-feira, tem a procissão... que tem bastante gente... (...) (adolescente – mulher – comerciante)

Dois entrevistados disseram que participam apenas da parte religiosa, pois, não gostam de misturar reza com bebidas e comidas.

“Eu... faço minhas novenas... não participo a noite, mas durante o dia... é mais tranquilo... é muito bonito... tenho muita fé... a procissão são três, quatro mil pessoas que participam dessa procissão... muita fé... as novenas são lindas...” (idososa – mulher – comerciante)

“Vou só à missa... (...) a rua fica muito cheia e mistura aquela coisa de barraquinha vendendo cerveja, com procissão passando, cachorro no meio do povo... uma confusão... (...)” (adulta – mulher – comerciante)

Dois moradores disseram que tocam na orquestra que apresenta todos os anos no evento.

Apenas um entrevistado respondeu que ajuda na igreja, pois, é ministro da eucaristia.

“Eu não perco nenhum dia. Eu participo lá porque sou ministro da paróquia, distribuindo comunhão, anotando intenções, ornamentando a igreja, tudo isso...” (jovem – homem – zelado de igreja)

Todos os entrevistados disseram que o público que participa do Jubileu da Santíssima Trindade são os moradores e romeiros (da região das Vertentes¹⁷). Eles relatam que quase não vêm turistas no evento, pois, este é popular.

“É o pessoal de Tiradentes. Apesar que no último dia vem excursão de fora, de São João Del Rei, Prados, pessoas de perto.. pessoal de longe não vem não.” (jovem – mulher – comerciante)

“Tem muito visitante. Gente de toda a região, das Vertentes...Todas as cidades próximas tem representante no Jubileu e a população de Tiradentes. O pessoal da zona rural vem todos participar das novenas... é muito bonito.” (jovem – homem – zelador de igreja)

“Quase não vem turistas especificamente para este evento não... são as pessoas da região mesmo...” (adulta – mulher – comerciante)

“Mais a população e mais gente religiosa, né? Que vem os romeiros de todos os lados...” (adulta – mulher – doméstica)

Apesar de o evento ter romeiros, conforme entrevista, o público predominante do evento são os moradores de Tiradentes.

“A comunidade de Tiradentes... tem claro os romeiro, né? Mas a comunidade está mais presente... os visitantes eles vêm mas só mais nos finais de semana... durante a semana, é realmente o público da cidade...” (jovem – mulher – funcionária pública)

¹⁷ A região mineira do Campo das Vertentes fica entre a Zona da Mata e o Sul de Minas.

Três entrevistados disseram que o público que frequenta o evento é de classe média baixa, católicos e que comparecem no evento para pagar alguma graça alcançada.

O evento atinge crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos. Depende da programação e horário das atividades oferecidas.

“Ai.. todos. Assim, vai por etapa de horas... mais cedo, os mais novos, depois, no horário das missas, os mais idosos, depois vem os mais novos de novo, por causa das músicas, das barracas.. Todos. Esta festa é mais a população mesmo, cidade vizinha e tudo...turista não participa muito desta festa não...” (jovem – mulher – auxiliar de cozinha)

De acordo com a pesquisa de campo realizada nos dias do evento, foram encontrados apenas três turistas de São Paulo que estavam saindo do Santuário da Santíssima Trindade em direção ao largo das Forras, porém, estes não acompanhavam o evento todos os dias, estavam participando apenas de algumas missas no Santuário.



Figuras 1 e 2 - Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Fotos tiradas para mostrar algumas barracas montadas na rua Santíssima Trindade e a circulação de pessoas, de várias faixas etárias.

Fonte: fotos do autor

É interessante ressaltar que as barracas e ambulantes começam a serem montadas na rua Santíssima Trindade esquina com a rua da Câmara. Os turistas chegam até a Igreja Matriz de Santo Antônio, visitam, tiram fotos e viram à esquerda, sem seguir na rua onde começa o evento. Este é aberto ao público, qualquer pessoa pode participar. Porém, observando o fluxo dos turistas no local, nota-se o não interesse destes em participar do evento. Eles não possuem nem curiosidade para saber o que acontece naquele território.

Durante os dias de pesquisa de campo, várias excursões chegaram à cidade e ninguém sabia do evento, pois, estes grupos possuíam outros objetivos ao visitar Tiradentes. A motivação dos grupos é conhecer o centro histórico – Largo das Forras e os patrimônios históricos locais. Estas atrações turísticas concentram-se em lugares diferentes de onde o Jubileu da Santíssima Trindade acontece. Esta distribuição geográfica territorial está nítida no mapa que está no apêndice desta pesquisa, ilustrando os espaços ocupados pelos eventos estudados.

Foi realizada uma conversa informal com uma guia de uma das excursões e ela disse não conhecer ou saber da ocorrência de evento em Tiradentes no período.

Segue abaixo duas fotos tiradas durante a pesquisa, que retratam a divisão do espaço que acontecia o evento, do restante da cidade.





Figuras 3 e 4: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Fotos tiradas para mostrar a placa colocada no início da rua Santíssima Trindade, para destacar o começo da festa da Santíssima Trindade. A partir desta demarcação começavam as barracas e ambulantes. A rua de acesso a esta placa é a Rua da Câmara e a esquerda da foto está a Matriz de Santo Antônio. Os turistas sobem a rua da Câmara, vão até a placa e não a ultrapassam.

Fonte: fotos do autor

4.5.2 O que a população mais gosta do Jubileu da Santíssima Trindade

A maioria das pessoas entrevistadas gosta tanto da parte profana, quanto da parte sagrada do evento. O sagrado se define como conexo à religião, ao divino, ao respeito e veneração, já o profano define-se em relação ao sagrado, como oposto ao sagrado. Ou seja, tudo o que não está ligado à religião é profano.

Em relação à parte religiosa, os entrevistados disseram que gostam mais das procissões.

“Procissão. É muito bonita. Desce três andores, dá uma volta aqui em baixo... ela chega aqui na praça, dá uma volta e depois volta... O dia da procissão é o dia mais bonito.” (adulta – mulher – comerciante)

“(...) da procissão do último dia que é linda...das barraquinhas, da festa, tudo...” (jovem – mulher – comerciante)

Em segundo lugar ficam as novenas.

“A novena com a orquestra em latim... é a coisa mais linda...” (adulta – mulher – doméstica)

“O novenário... a novena da Santíssima Trindade... é muito bonito...” (idosa – mulher – aposentada)

Vale ressaltar que muitos entrevistados disseram gostar de tudo, sem distinção, porém, alguns deram maior ênfase em determinados acontecimentos.

Em relação à parte profana, a maioria disse gostar das barraquinhas, pois, compram itens baratos. Eles também gostam das barracas de comidas e bebidas, pois, é o ponto de encontro de turmas.

“De comprar muita coisa... Lá é muito barato, muita coisa diferente... as barraquinhas (...)” (jovem – mulher – comerciante)

“As barraquinhas... porque lá você pode comprar as coisas bem baratinho... o povo pode andar lá à vontade... comer as coisas bem barato também...” (jovem – mulher – auxiliar de cozinha)

“As barraquinhas... daí a gente compra as coisas... o pessoal faz a festa.” (jovem – mulher – funcionária pública)





Figuras 5 e 6: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Fotos tiradas para mostrar como é a montagem das barracas. Com espaço para as pessoas comerem e beberem com familiares e amigos.

Fonte: fotos do autor

4.5.3 O que a população menos gosta do Jubileu da Santíssima Trindade

Dentre os entrevistados, a maioria reclamou da sujeira e do tumulto que acontece no evento. Eles disseram que são muitas pessoas passando no mesmo local e que as pessoas fazem xixi na rua, jogam lixo no chão, sem preocupação com a limpeza local. Gerando assim, mal cheiro na cidade.

“Eu acho que deveria mudar o trajeto das procissões ou os lugares onde colocam as barraquinhas, porque é muito tumultuado... As nossas ruas são muito estreitas, e passa a procissão no meio das barracas, então quebra o clima da religiosidade. As autoridades deveriam tomar uma decisão.” (jovem – homem – zelador de igreja)

“Ah.. depois fica uma sujeira, poluição tudo nas ruas... até limpar tudo... muita poeira...” (adolescente – mulher – estudante)

“Menos gosto da sujeira e mal cheiro que fica na cidade, porque banheiro público é só solicitar que eles entregam e colocam durante qualquer evento, mas isto não acontece na festa da Santíssima, então a cidade fica cheirando mal e isto é muito desagradável para qualquer pessoa e quando acaba tem que lavar a cidade inteira, porque cheira mal mesmo...” (adolescente – mulher – comerciante)

Uma das entrevistadas disse que não vai com a mesma frequência no evento, devido à bagunça e confusão no local.

“(...) eu nem vou todo dia... porque é muito cheio... eu não trabalho nesta época, porque como é um evento para a população, os restaurantes ficam vazios... eu trabalho com o turista. Festa da Santíssima Trindade não tem turistas...” (adulta – mulher – comerciante)

Duas pessoas disseram que ultimamente os indivíduos estão com muita falta de respeito com o Pai Eterno. Estes tem ido ao evento apenas devido às festas e nem se preocupam em fazer uma oração. O Pai Eterno significa as três pessoas da Santíssima Trindade: o Pai, o Filho e o Espírito Santo.

“(...) muita gente vem só para as festas, mas há muito fundo religioso...” (mulher – idosa – aposentada)

Duas pessoas também reclamaram dos barraqueiros, alegando que não gostam da forma como eles se instalam no local. Eles ficam vários dias acampados atrás das barracas, perto dos carros. Sem nenhum conforto; às vezes com esposas e crianças. Sem contar na confusão que eles geram nas ruas, no meio das procissões.

“Os camelôs que chegam no último dia da festa e ficam no meio da rua.. atrapalham bastante. Tanto a gente, quanto as pessoas da procissão. Daí tem que ficar pedindo eles para saírem, tem uns que nem saem... só isto que atrapalha.” (jovem – mulher – comerciante)

“Eu mudaria o lugar que os barraqueiros ficam... com uma pia, banheiro...porque a maioria tem família, tem criança... e eles dormem lá dentro daquelas barracas, dormem dentro de carro... uma coisa meio sofrida. Eles ficam jogados... principalmente quem vende comida, com mais higiene... Eu considero um ponto negativo... (...)” (adulta – mulher – comerciante)

Como existem muitos romeiros da região das vertentes no evento, tem tumulto na hora de pegar ônibus, pois, as linhas para São João Del Rei são insuficientes para atender a demanda do período.

“(...) falta de ônibus também.. o pessoal que depende de ônibus.. como vem muitas pessoas de São João Del Rei e Santiago, e a gente fica três horas no ponto de ônibus esperando... isto atrapalha um pouco.. o pessoal reclama muito neste ponto.” (jovem – mulher – comerciante)

Houve reclamação em relação aos deficientes que ficam pedindo na porta do Santuário da Santíssima Trindade. Esta situação gera desconforto em muitas pessoas que estão no evento.

“Eu acho tristes, as pessoas que vem... deficientes... ficam lá pedindo esmola... eu acho que é errado...estas pessoas já possuem um benefício do governo, elas ficam em casa, elas ganham,

recebem para isto... E elas vem... todo ano você repara que são as mesmas pessoas que vem com a mesma deficiência, pedindo o mesmo dinheiro, entendeu? Eles têm um meio de vida... é triste para a gente e para eles...” (adulta – mulher – comerciante)

De acordo com pesquisa de campo, observaram-se alguns pontos negativos em relação ao evento que precisam ser reavaliados:

- Muita sujeira nas ruas, principalmente de cascas de mexerica. Como é época de colheita, ficam muitas pessoas vendendo sacos da fruta no meio das ruas. Os moradores sentam nos passeios, comem e jogam as cascas e bagaços no chão.



Figura 7: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar a sujeira das ruas com cascas e bagaços de mexerica.

Fonte: fotos do autor



Figura 8: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar o caminhão vendendo mexerica em frente à Matriz Santo Antônio.

Fonte: fotos do autor

- Falta higiene nas barracas de comida. As comidas ficam de fora da estufa, com contato com insetos e poluição. As vasilhas são lavadas no chafariz da igreja, estragando muitas vezes, o patrimônio material local.



Figura 9: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar a falta de higiene das barracas que vendem comida.

Fonte: fotos do autor



Figura 10: Evento Jubileu da Santíssima Trindade
Foto tirada para ilustrar como os barraqueiros lavam as louças de suas barracas.
Fonte: fotos do autor

- Muitos deficientes e mendigos ficam pedindo esmolas na porta igreja, gerando uma situação constrangedora para quem vai participar do evento.



Figura 11: Evento Jubileu da Santíssima Trindade
Foto tirada para mostrar as senhoras pedindo esmolas ao lado do Santuário da Santíssima Trindade e ao lado da sala dos milagres.
Fonte: fotos do autor

- Os barraqueiros ficam em condições precárias com suas esposas e filhos. Dormem dentro dos carros; fazem acampamentos em locais desapropriados. Tomam banho perto do chafariz, totalmente sem higiene.



Figuras 12 e 13: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Fotos tiradas para mostrar a forma precária que os barraqueiros dormem e seus acampamentos, montados em frente ao Santuário da Santíssima Trindade, no local em que acontece às procissões.

Fonte: fotos do autor

- Muitos romeiros que estão nos ônibus estacionados na rodoviária, dormem nos passeios das proximidades da rodoviária; fazem churrascos e vendem bebidas no meio da rua; causando uma má impressão para quem chega ao local. Esta situação repercute em mendicância nas localidades.



Figura 14: Evento Jubileu da Santíssima Trindade
Foto tirada para mostrar os romeiros dormindo no chão da rodoviária.
Fonte: fotos do autor



Figura 15: Evento Jubileu da Santíssima Trindade
Foto tirada para mostrar grupos de pessoas fazendo churrasco em frente à rodoviária.
Fonte: fotos do autor

- Algumas pessoas bebem demais na festa da Santíssima Trindade, pois, existem muitas barracas de bebidas alcoólicas no local, arrumando assim, brigas e confusões na cidade.



Figura 16: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar como são montadas as barracas de bebidas no evento e que tipo de bebidas são comercializadas.

Fonte: fotos do autor

O Jubileu da Santíssima Trindade também é conhecido pelos romeiros e moradores de Tiradentes como a “festa da mexerica”. Isto porque vários carros ficam na festa vendendo a fruta, pois, a época é propícia de colheita. As pessoas compram sacolas de mexerica e levam para casa. Outras compram e comem na rua, nos passeios.

De acordo com conversas informais e observações no Jubileu da Santíssima Trindade, percebe-se uma implicância dos moradores de cidades vizinhas sob os moradores de Tiradentes em relação ao apelido. Porém, ao fazer entrevistas com alguns residentes, eles negaram a implicância, que pode ser entendida como rejeição, dizendo que tudo não passa de uma brincadeira. Esta rejeição está no fato dos moradores não protestarem quando o assunto é “Festa da Mexerica”, além de não enxergarem a malícia que os moradores da redondeza denominam a festa com este apelido.

“O pessoal geralmente fala... assim... é uma superstição... chamada de RPM. R devido a reza; P devido a poeira, porque é uma época seca... então chove e dá muita poeira... e M por causa da mexerica, pois, é época de mexerica e todo mundo vende mexerica na festa da Santíssima Trindade. Todo mundo da cidade conhece o apelido RPM... todos zoam... é uma brincadeira...” (jovem – mulher – gerente de hotel)

“Quando eu estudava em São João Del Rei, meus amigos ficavam brincando... falando da Festa da Mexerica... mas era brincadeira de criança... Coisa de criança...” (jovem – homem – funcionário público)



Figura 17: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar as pessoas comprando mexerica na rua da Câmara, esquina com a rua Santíssima Trindade.

Fonte: fotos do autor



Figura 18: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar as pessoas comendo mexerica no meio da rua, sem preocupação com a limpeza na cidade.

Fonte: fotos do autor

4.5.4 Benefícios que o Jubileu da Santíssima Trindade gera para Tiradentes

A maioria dos entrevistados disse que gera benefício para os moradores de Tiradentes MG, porque a festa é para a população local, para que eles usufruam seu tempo livre, seu momento de lazer, já que, de acordo com entrevistas, a cidade não oferece quase nenhuma opção de lazer para os residentes.

“Não falo benefício financeiro... mas gera este outro benefício do lazer... que é a hora que o tiradentino pode realmente passear... ter essa hora... acontece o evento na cidade e ele não está trabalhando... ele está realmente no período de lazer...” (jovem – mulher – funcionária pública)

“Acho que sim, porque acho que é uma cultura que a cidade criou... é um evento que já vem de anos, que é tradição da cidade, que não tem que se perder... é uma questão de valorização mesmo, sempre teve... é um período que todo mundo está esperando que aconteça e que envolve muito...” (jovem – mulher – estudante)

“Sinceramente, se você perguntar para qualquer tiradentino aqui, eles vão te responder que a melhor festa que tem é esta...é a festa que eles esperam o ano inteiro é a festa da Santíssima...para eles é a melhor festa que tem... Porque é quando eles compram as coisas que eles gostam, porque é onde eles tem o diferencial das barraquinhas... eles ficam mais a vontade... porque eles estão no meio das pessoas como eles...assim.. pessoas que gostam das mesmas coisas... tem a mesma fé, né? Não é o público de fora... que eles chamam de “de fora”, mas é aquelas pessoas que gostam de vir e fazer as mesmas coisas que eles...principalmente ir a barraquinhas, comprar aquelas coisas que eles tem a oferecer e também porque todos os dias tem a procissão que segue... Eu acho que é o que eles gostam mais... se você perguntar, eu tenho certeza que eles vão te responder isto...porque eu já perguntei isto e foi a resposta que eu tive... a festa da Santíssima pra mim é a melhor...” (adulta – mulher – comerciante)

Além do benefício proporcionado pelo lazer da população, os moradores também conseguem ganhar um dinheiro com evento. Alguns alugam os passeios de suas casas para os barraqueiros, outros montam barracas com comidas típicas durante o evento.

“Eu acho que gera, não só para Tiradentes, mas para o pessoal daqui, né? Porque querendo ou não é uma coisa que todo mundo gosta, né? E também pelo fato de você poder alugar a frente da sua casa. Não traz muito turista, mas é bom para a população de Tiradentes, pois, o pessoal gosta. Além de ser uma festa muito bonita... é importante, porque tem que ter coisa para o

peçoal de Tiradentes, todo mundo participa, todo mundo vai às missas... Na novena, você pode ir todos os dias, que sempre está cheia... Tem participação das escolas, corpo de bombeiros, das conferências das igrejas, dos bairros, é muito boa..." (jovem – mulher – comerciante)

"Traz para a população. Muitas pessoas da região montam barracas de refeição, isto também ajuda na renda deles... e a cultura de Tiradentes... a população fica feliz. É um evento para a família, para levar crianças.. vai pai, mãe, vó, vô.. é um evento bem tradicional..." (jovem – mulher – comerciante)

"Acho que trás. Mais para a população humilde, que coloca as coisas para vender... devido as novenas, todos os dias têm um movimentozinho nas barracas, então isto ajuda." (adulta – mulher – comerciante)

"Eu moro lá, né? Então não tem nem como não participar... Eu moro do lado da igreja, então a gente aluga a frente da casa para os barraqueiros... todo mundo faz isto...um, dois meses antes da festa, os barraqueiros chegam para poder alugar... Tem casa que chega até R\$1200,00 o aluguel para ficar os dias da festa... Minha casa é mais ou menos uns R\$600, R\$700,00, porque tem a garagem que eles usam... mas fica os dias todos da festa..." (jovem – mulher – comerciante)

Três pessoas responderam que o evento não gera benefícios para a cidade, pois, quem ganha dinheiro são os barraqueiros, que não moram na localidade, sem contar nos lixos deixados na rua depois do evento.

"Eu acho que não... porque eu geralmente compro dos barraqueiros, eles nem são daqui... eles vão embora..." (adolescente – mulher – estudante)

"Não sei quais... eu acho que as pessoas que vem, aquele número enorme de barraquinhas faz dinheiro aqui e leva para outro lugar... a cidade fica suja e cheirando mal... eu não vejo porque..." (adolescente – mulher – comerciante)

Duas pessoas responderam que o evento faz com que aumente a fé dos moradores.

"Gera, porque traz os visitantes e vai aumentando cada vez mais a religiosidade do pessoal daqui e dos visitantes...(...) porque aqui na redondeza, só nós, de Tiradentes, somos privilegiados por ter a igreja do Santuário do Pai Eterno." (jovem – homem – zelador de igreja)

Duas pessoas falaram que a igreja se beneficia do evento, pois, gera muito dinheiro, devido ao número de devotos que participam do evento.

"Traz para a igreja, né... porque entra muito dinheiro..." (adulta – mulher – doméstica)

Porém, houve uma crítica em relação à administração deste dinheiro, ganho pela igreja. Segue abaixo depoimento:

“Para te ser sincera, era para gerar para as igrejas... reformas das igrejas e tudo... até então, eu acho que isto não acontece como deveria acontecer, porque tipo, todo ano eles vão arrumar a igreja, porém, só na época da festa, que aí eles passam uma tinta... fazem uma maquiagem e pronto. Eu acho que o dinheiro deveria ser para isto, não só para esta igreja, mas para todas as outras, porque é muito dinheiro que entra... Ainda tem as barraquinhas da igreja, que eles falam que é para ajudar a igreja... eu acho que este dinheiro não vai todo para a igreja... para nenhuma das igrejas... Tanto é que tem uma igreja que está precisando de reforma, a comunidade está juntando, para pagar a torre da igreja... e não era um dinheiro que poderia ter tirado da igreja da Santíssima, que todo ano ganha muito dinheiro? Isto eu acho que é errado...” (jovem – mulher – auxiliar de cozinha)

De acordo com esta fala da entrevistada, observa-se que a comunidade de Tiradentes tem o poder sob o evento. Ter o domínio da situação é buscar mudanças em benefícios da sociedade local. É captar parcerias através de órgãos públicos e privados, com o objetivo de melhorar as condições do evento, em relação à infra-estrutura física e lazer para os participantes. O sentimento de pertencimento ao evento faz com que este retrate a identidade local, através das manifestações culturais oferecidas na programação deste.

4.5.5 As mudanças que o Jubileu da Santíssima Trindade está sofrendo no decorrer dos anos

A maioria dos entrevistados disse que o evento não modificou, pois, é um evento religioso, que envolve a fé das pessoas, além de fazer parte da tradição da localidade.

“Não. Eu acho que esta parte de religião, estas coisas, não influencia muito não... o pessoal sempre está lá todo ano...” (jovem – mulher – comerciante)

“O Jubileu eu acho que não... porque turista geralmente não frequenta... então o povo que tem fé, que acredita, todo ano eles estão aqui... todo ano mesmo... não deixam de vir...” (adolescente – mulher – estudante)

“Acho que não... porque é tradição da população...” (idosa – mulher – comerciante)

Em segundo lugar, a população diz que as mudanças estão voltadas para o aumento das brigas, confusões, bagunças e sujeiras ocasionadas pelos barraqueiros e pessoas que bebem nas barracas de proximidades do Santuário.

“Ah...sim.. vem mudando, né? Muita violência... Porque vem muita gente de fora, muito barraqueiro, muita menina nova caçando confusão com os barraqueiros... daí vem os meninos, namorado delas e vai caça confusão... E vai aquela confusão toda... E confusão entre si mesmo... agora tem muito deste tipo... ah, o bairro tal não pode subir lá em cima, porque isto e aquilo... não é aquela violência muito grande, mas é uma coisa assim, eu pego você, etc. (...) (adulta - mulher – comerciante)

“Foi só no último dia... que acabaram com este negócio de cavalheiros... porque vinha alcoólatra... o pessoal fazia a procissão a cavalo... o povo complicava e ficava bebendo... virava uma brigalhada... uma confusão... só isso...” (idoso – homem – aposentado)

“Olha é... assim... muitas coisas o pároco daqui tem tentado evitar, pois, mistura a fé com bagunça... porque... o que acontece... por causa dessas barraquinhas que vende comida, bebida... então eles estão querendo acabar um pouco com estas barracas, ou então proibir a venda de bebidas alcoólicas, pelo menos próximo da grade da igreja... porque gera brigas, discussão... então eles reforçam o policiamento, porque sempre sai alguma coisa..” (jovem – mulher – funcionária pública)





Figuras 19 e 20: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Fotos tiradas para mostrar o movimento de pessoas na porta do Santuário da Santíssima Trindade e entulhos colocados no meio da rua pelos barraqueiros. É interessante ressaltar que este é o caminho por onde passa as procissões.

Fonte: fotos do autor

Outros dois entrevistados disseram que o evento diminuiu a quantidade de barraqueiros, pois, antes, o evento contava com muitas barracas distintas.

“Deu uma caída boa... geralmente as festas católicas aqui deram uma diminuída. As barracas, os barraqueiros, para baixo da igreja da Matriz eram tudo cheio... ela lotava. Descendo a rua da Câmara, tudo era cheio de barraqueiro... então diminuiu... agora está mais para cima e mais fraco. Não era igual das outras vezes. Tem nove noites de novena, né? Começa em uma semana para acabar na segunda, normalmente eles chegam na quinta-feira, você vai lá na sexta, tem barraqueiro chegando para montar as barracas ainda. Faltando dois, três dias para acabar a festa. (...)” (adulta – mulher – comerciante).

Duas pessoas responderam que o evento tem aumentado em nível de participação. Os eventos religiosos estão ficando mais cheios.

“Percebi em termos de participação. Porque agora está tendo mais participação das outras comunidades, dos visitantes, nas missas, nas novenas...” (jovem – homem – zelador de igreja)

Conforme pesquisas, observações e visitas ao IPHAN da cidade, nota-se, que a quantidade de barracas vem diminuindo em relação aos anos anteriores. Antes, havia barracas a partir da rua da Câmara e hoje estas começam a partir da rua Santíssima Trindade, afastando cada vez mais do centro histórico da cidade.

No período em que acontece o evento, os comércios e os patrimônios culturais localizados nos mesmo espaços deste fecham. De acordo com informações cedidas por moradores, muitos proprietários destes espaços, que não são de Tiradentes, mas de cidades “de fora” querem acabar com o evento. O argumento deles é que durante o período em que acontece o evento, seus estabelecimentos ficam vazios, sem contar no vandalismo proporcionado por bêbados, gerando prejuízos para os empresários.

Como citado acima, pelo fato do poder do evento estar nas mãos da população local e este ser tradicional na região, estas reivindicações não possuem sucesso, uma vez que a população não aceita mudanças impostas em relação ao evento.



Figura 21: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar a placa informativa, com explicações sobre o fechamento do estabelecimento no período do evento. A foto é referente a um estabelecimento privado (restaurante).

Fonte: fotos do autor

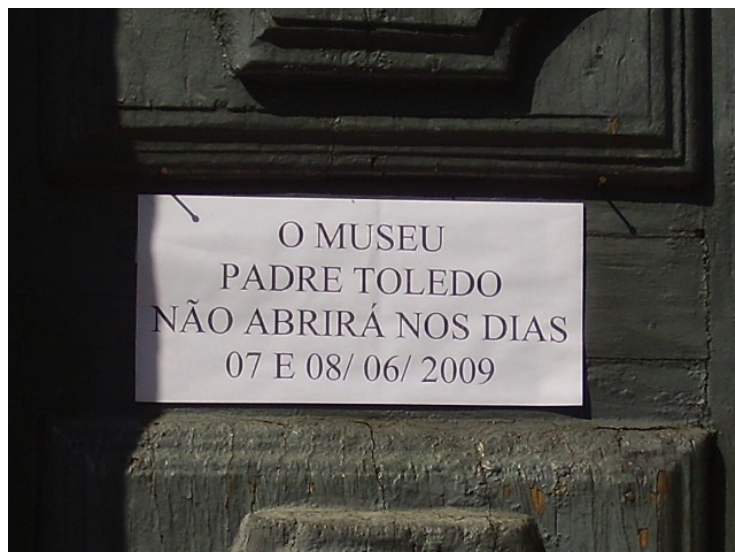


Figura 22: Evento Jubileu da Santíssima Trindade

Foto tirada para mostrar a placa informativa, com explicações do fechamento do estabelecimento no período do evento. A foto é referente um estabelecimento público (Museu Padre Toledo)

Fonte: fotos do autor

4.6 Festival Internacional de Cultura e Gastronomia (Festival Gastronômico)

O Festival internacional de Cultura e Gastronomia de Tiradentes foi criado em 1998, por Ralph Justino, na época secretário de Turismo e Cultura da Cidade. O Festival nasceu com o objetivo de voltar mais os olhares para a cidade e atrair um público mais sofisticado. O evento conta com a realização de festins, almoços, jantares, exposições, cursos, palestras, shows nacionais e internacionais.

Renomados chefs nacionais e internacionais lideraram jantares, festins e cursos no Festival Gastronômico de 2009. Os festins aconteceram fora dos espaços oficiais montados para o evento. Estes aconteceram na pousada Pequena Tiradentes e Pousada Villa Paolucci. Os espaços oficiais do evento foram o Mercado da Cultura e Gastronomia – Praça da Rodoviária e a Praça Largo das Forras. Os cursos oferecidos aconteceram no Mercado da Cultura e Gastronomia. Os almoços e jantares oferecidos aconteceram em restaurantes oficiais da cidade, sem local fixo. Dentre eles estão: Pau de Angu, onde o prato principal foi lombo de porco assado na panela, regado com ervas verdes, geléia de pimenta e ora-pro-nobis; Restaurante Atrás da Matriz, com a entrada de bolinhos de bacalhau e abobrinha picante, os pratos foram filés, trutas, salmão e massas; Chocolateria Puro Cacau, onde foi servido fondue de morangos e chantilly; Choperia Jardins de Santo Antônio, onde a entrada foi Caponata de

berinjela, o prato principal foi Truta Encrostada na castanha de caju, Truta Amêndoas na manteiga e Truta Belle Meunière e a sobremesa foi crepe de doce de leite com morango e chocolate e sorvete de creme; Pousada Villa Real, onde a entrada foi Pavê de Camarão e o prato principal foi Bacalhau com ratatouille da terra e batatas ao murro, dentre outros.

De acordo com entrevista realizada com Ralph Justino, “mais ou menos 25.000 pessoas distribuídas durante os nove dias do evento. Com grande concentração nos finais de semana”. (www.gastromania.com.br/revista.asp?codigo=34).

O Largo das Forras é o principal espaço do Festival, ele também serve para a demonstração de produtos dos patrocinadores. Em 2009, as empresas patrocinadoras do evento foram: Governo Federal; Estilo; Bohemia; CEMIG; Governo de Minas e o Ministério da Cultura. As empresas que copatrocinaram o evento estão representadas pelas Verdemar Supermercado - Padaria e Ingá – água mineral natural. O evento é realizado pela Arte projeto Promoções e Agência BIS, sob direção de Ralph Araújo Justino e Rodrigo Ferraz e conta com diversos apoiadores. Dentre eles estão: Ministério do Turismo; Granfesta Locação e Assessoria; fca Ferrovia Centro-Atlântica; JCHEBLY; Locamérica Frotas; Alexandre Renault – Corretora de Seguros e CHUBB Seguros. Sendo a GuaraniFM96.5, a rádio oficial e o Hotel Ouro Minas.

Na Praça Largo das Forras está localizado o mais popular dos botequins do evento. Nele são servidos tira-gostos campeões do Comida di Buteco¹⁸ de Belo Horizonte.

A proposta do festival é reunir diversos sabores da cozinha nacional e internacional, atrair turistas, e manter a sugestão de formar e divulgar conceitos no setor. A festa é parte de uma estratégia do setor turístico para manter constante o fluxo de visitantes.

De acordo com o secretário adjunto de Turismo de Tiradentes MG (2008), Ernane Fonseca, “apesar da falta de dados exatos, causada pelo grande número de empresas

¹⁸ A história do Comida di Buteco começa em 1999, quando Eduardo Maya - então produtor e apresentador do programa “Momento Gourmet”, da extinta Rádio Geraes FM - apresentou à emissora a proposta de um concurso que elegeesse o melhor tira-gosto de boteco da capital. A idéia logo ganhou a adesão de João Guimarães - proprietário da emissora - e de Maria Eulália Araújo – diretora-executiva da rádio - que, imediatamente, sugeriu o nome do evento. A primeira edição aconteceu no ano seguinte (2000), em Belo Horizonte, com apenas 10 botequins participantes. O resultado foi melhor que o esperado, com sucesso de público e crítica. Nos anos seguintes, o Comida di Buteco só cresceu, mesmo com o fim da Rádio Geraes FM, em 2005, se tornando uma empresa independente. Em 2008, o concurso entrou no conceituado Guia 4 Rodas (Editora Abril) e passou a ser realizado em diversas cidades do interior de Minas Gerais e em outros estados. Os números atuais do Comida di Buteco impressionam, o evento está presente em 11 cidades e, só em Belo Horizonte, o público participante é estimado em cerca de 800 mil pessoas por edição, com mais de 164 mil votos nos pratos participantes (Vox Populi / 2009). A festa "A Saideira" – que tradicionalmente marca o encerramento e a premiação do concurso – se tornou um dos eventos mais esperados da cidade e recebe mais de 22 mil botequeiros nos dias em que é realizado (<http://www.comidadibuteco.com.br/nossahistoria.php>).

informais, a festa gastronômica movimentou a economia da pequena cidade. Todas as 118 pousadas ficam lotadas e, claro, os 89 restaurantes, têm grande movimento”, conta (www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=11976).

Fazendo referência a fala do secretário adjunto de Turismo de Tiradentes, “empresas informais” dizem respeito aos profissionais que trabalham sem carteira assinada ou sem abertura de pessoa jurídica. Exemplo: artesãos que vendem os artesanatos, porém, não possuem empresa. Os charreteiros que trabalham com os passeios turísticos, mas não possuem carteira assinada, os guias que auxiliam os turistas nos pontos turísticos, sem vínculos empregatícios, dentre outros.

4.6.1 Público e nível de participação da população no Festival Gastronômico

A maioria dos entrevistados disse não participar do Festival Gastronômico, pois, o evento é elitizado e os pratos são muito caros; inviabilizando a presença da população local.

“Não. Nunca participei e não acho que seja um evento pra gente aqui da cidade, vem mais pessoas de fora... então não me interessa participar, porque são coisas muito caras e pra gente fica fora do padrão, então a gente nem participa... só passa lá de passagem mesmo e pronto.” (jovem – mulher – auxiliar de cozinha)

“Não participo. Na maioria das vezes nem vou para o centro histórico. Não é uma festa para a comunidade tiradentina, é mais para turistas mesmo, para gente de fora...” (jovem – mulher – doméstica)

“Não, não participei, porque é um evento voltado ao turista rico, né? A gente mesmo não tem condição de jantar em restaurante e participar diretamente não...” (adolescente – mulher – estudante)

Dentre as pessoas que disseram não participar do evento, um morador não participa, pois, trabalha no período, não podendo comparecer na programação.

“Olha, sinceramente, como a gente trabalha muito aqui, eu não tenho como ir até lá no festival na praça, porque fica muito cheia a loja de doces caseiros... então, assim... a gente faz alguns eventos aqui na loja... faz demonstração de queijos, doces... a gente contribui desta forma...” (jovem – mulher – comerciante)

Três moradores disseram que não participam seguindo a programação do evento, mas vão até à praça ver o movimento.

“Olha eu participo mesmo só indo na praça mesmo, vendo o evento, sentada em um barzinho, só desta forma mesmo, tirando isto...” (adulto – mulher – doméstica)

Quatro moradores disseram trabalhar para a empresa organizadora do evento na função de serviços gerais (faxina, limpeza, auxiliar de cozinha). Elas não possuem cargos específicos; auxiliam os coordenadores do evento.

“(…) é a primeira vez que eu trabalho aqui... estou gostando porque ganho um dindim, né? Mas meus filhos estão em casa... participam não...” (adulta – mulher – doméstica)

Uma entrevistada disse trabalhar como *free-lance* em restaurante no período do evento.

“(…) eu trabalho em restaurantes free-lance, então eu participo de todos esses eventos que vem com a gastronomia, né?” (mulher - adulta – *free-lance*)

Apenas três entrevistados disseram já ter participado da programação do evento. Estes citaram a seguinte forma de participação: indo a jantares, restaurantes e fazendo os cursos oferecidos, porém, todos disseram que o evento é muito caro, inviabilizando muitas vezes a participação da população.

“Eu já freqüentei alguns jantares e tem sempre música ao vivo na praça, rodoviária... então você está sempre ali, praça e rodoviária... eu acho que a população que freqüenta o centro histórico, costuma participar... Apesar de que eu acho que é um evento bem elitizado e caro... o Festival Gastronômico...” (mulher – idosa – comerciante)

De acordo com pesquisa de campo e observação, percebe-se que os melhores postos de trabalho são oferecidos para profissionais de outras cidades.

Foi realizado abordagens de pessoas nos locais onde acontecia o evento, para verificar se havia moradores de Tiradentes e não foi identificado nenhum nativo. De acordo com a programação distribuída, havia cursos gratuitos que eram ministrados próximos a rodoviária (local de fácil acesso), porém, mesmo sendo gratuitos, não havia presença da população. Apenas estavam inscritos turistas.

Segue abaixo entrevista de um jovem, que estava trabalhando com charrete no largo das Forras no dia 29 de agosto 2009 no Festival Gastronômico.

“Nos fins de semana, eu trabalho com charrete aqui no largo das Forras e durante a semana sou pedreiro. A charrete não é minha... eu ganho comissão, pela quantidade de turistas que levo e gorjetas também... Todos aqui da charrete são de Tiradentes... Ninguém aqui de Tiradentes participa do evento... a organização não divulga para gente... Esta semana ganhei uns convites para a degustação na barraca, quando chegamos lá, não fomos tratados bem. As

peças que trabalham no evento têm preconceito com a gente... olham a gente de cima em baixo... Esta cortesia eu ganhei do meu colega que trabalha na pousada, porque senão não tinha conseguido, pois, eles não dão para gente... só para turistas... Outro dia tinha um povo servindo caldo aqui na praça... daí eu e meus colegas fomos pegar... Eles não serviram pra gente, porque disseram que para servir, eu tinha que comprar um livro de R\$30,00. Só que a gente sabia que não funcionava assim... que eles só não serviram pra gente porque a gente trabalhava na carroça e morava em Tiradentes. Eu vi várias pessoas serem servidas sem comprar o livro. O evento traz turistas para a cidade, mas não é para a população. Apesar disso, o evento é bom para a cidade e quem mais ganha são os donos das pousadas. Aqui tudo é caro... o custo de vida é caro... o nosso ponto de apoio é São João Del Rei. Pra mim... o festival acabou... tinha muito mais patrocínio... sinceramente não sei o que aconteceu... talvez por falta de divulgação... por falta de apoio da prefeitura... devido à crise financeira... gripe suína... não sei. Eu não tenho como me manter apenas na charrete... porque só trabalho quando têm turistas, né? A cultura daqui está acabando... a cidade não tem nada para os jovens fazer... O divertimento dos jovens é em cidades vizinhas... Aqui as festas populares... as do povo, sabe? A prefeitura quer acabar por causa do turismo... o patrimônio alega que os eventos não tem nada a ver com a cidade, por ela ser histórica e turística. Sinceramente... o turismo aqui está diminuindo... e eu acho que é devido aos altos preços dos produtos daqui... e ainda tem o seguinte... a polícia está multando os turistas aqui na praça... eu acho errado, porque não tem sinalização para mostrar para o turista o lugar certo para colocar o carro... o turista que recebe multa não volta mais... É necessário um policial só para isto... para colocar sinalização ou criar um estacionamento..." (jovem – homem – pedreiro)

O Festival Gastronômico não possui atividades voltadas para a população local e quando os nativos tentam participar de alguma forma do evento, sentem-se excluídos das atividades oferecidas. O evento acontece em espaços públicos e privados. Nos espaços privados, na maioria das vezes, é cobrado um valor para a participação, já nos espaços públicos, você só paga se consumir algum produto. O espaço é livre para circulação. Porém, devido ao público que frequenta o evento, turistas de classe social alta, os nativos se intimidam em frequentar os mesmos espaços, pois, se sentem inferiores. A distinção destes atores sociais é visível de percepções, devido às vestimentas, posturas e gostos. Diante deste contexto social, muitas vezes o nativo se revolta, pois, ele não possui condições de viver a vida do turista, como é o caso do entrevistado acima. Mas, este se controla, pois, precisa do turismo e dos turistas na cidade, pois, sabe que sem esta atividade, a economia local passará por dificuldades, gerando desemprego para a localidade.



Figura 23: Evento Festival Gastronômico
A foto retrata os cursos gratuitos oferecidos pelo evento.
Fonte: fotos do autor



Figura 24: Evento Festival Gastronômico
A foto retrata os carroceiros no Largo das Forras no Festival Gastronômico.
Fonte: fotos do autor

4.6.2 O que a população mais gosta e menos gosta do Festival Gastronômico

A maioria dos entrevistados não respondeu estas perguntas, pois, alegaram não participar do evento.

Cinco pessoas responderam que gostam do movimento da cidade e dos turistas, pois, quando não tem evento, a cidade fica parada.

“Do movimento da cidade... do turista... eu gosto do movimento....” (mulher – idosa – aposentada)

“Eu gosto do movimento da cidade, né? Porque aqui é meio parado, então dá um movimento bom...” (adulta – mulher – comerciante)

Dentre estas, duas completaram que o evento não acrescenta nada em suas vidas, não as beneficia em nada.

“(...) Eu gosto porque vem lucro para cidade e fica cheia, mas pra gente mesmo, não muda nada não...” (adolescente – mulher – comerciante)

Três entrevistados disseram gostar da culinária do evento, pois, são pratos diferentes e inovadores.

“Para te ser sincera... porque a cozinha é uma ciência, né? Você está sempre incrementando... então assim... em cada ano a comida sempre vem com um toque especial... uma coisa mais sofisticada... eu acho que a gastronomia é isto, né? As pessoas querem degustar o diferente, por mais que seja a comida mineira... ela sempre é incrementada com frutos do mar, entendeu? Como comidas de outros países... isto que é legal... a cozinha está sempre inovando...” (adulta – mulher – comerciante)

Uma entrevistada disse não gostar do estilo de receitas que são realizadas no evento. Segue abaixo depoimento:

“Eu acho que o tipo de comida que eles servem, para a população mesmo não tem gosto... Achamos a comida diferente, muito esquisita.. Eu achava que tinha que ser um Festival Gastronômico mineiro, comida simples.. coisas de Minas... Vem restaurantes do mundo inteiro, têm *chef's* de comida, que faz umas comidas estranhas, uns sabores... misturar doces e salgados... eu mudaria isto. Eu acho que uma comida mais simples, mineira, ia fazer mais sucesso, a população ia participar mais...” (adulta – mulher – comerciante)

Esta colocação da entrevistada merece ênfase e questionamento por parte dos organizadores do evento, pois, o evento acontece em uma cidade mineira, com uma culinária

rica e diversificada. Para que organizar o evento em Tiradentes, se a culinária local pouco é utilizada? Talvez valesse a pena rever os pratos oferecidos no evento, para tentar minimizar os choques culturais ocasionados pela discrepância da gastronomia do Festival.

Uma pessoa reclamou do trânsito da cidade, pois, toda vez que o evento acontece, a circulação fica caótica e a população fica prejudicada.

“Talvez a organização do trânsito...já tentou uma vez fechar o centro histórico e não conseguiu... e aí fica um pouco bagunçada a cidade... fica tumultuada... talvez porque a cidade não tem um porte para receber o número de pessoas que vêm.”

No dia 29 de agosto de 2009, havia, conforme programação, um evento especial Pai e Filha no Botequim Oficial Largo das Forras às 12hs. Os chefes estavam fazendo e vendendo os pratos na hora. A comida era servida em um prato de plástico e o valor cobrado para tal era R\$30,00.

O evento aconteceu na praça pública, porém, só tinha acesso quem usufruía de uma condição financeira favorável. Interessante ressaltar que qualquer pessoa podia participar do evento, mas, a população, pessoas simples e humildes, não possuía condições de pagar este preço pelo prato. Devido a isto, estas se excluem dos espaços públicos de sociabilidade.

Neste dia, outro evento acontecia paralelo aos do Largo das Forras e praça da rodoviária, porém, era necessário um convite e este era afastado do centro histórico da cidade, necessitando de um meio de transporte para levá-los ao local.

Dia 22 de agosto, aconteceu um festim Harmonizado – Marc Meurin (2 estrelas Michelin – França) às 21hs onde o prato cobrado era de R\$350,00 com bebidas. Os valores dos pratos servem para selecionar os participantes das atividades; afirmando os depoimentos citados no decorrer do trabalho.



Figuras 25 e 26: Evento Festival Gastronômico

As fotos foram tiradas no Largo das Forras, onde era vendido um prato por R\$30,00. Este era servido em prato de plástico. As pessoas compravam suas fichas, retiravam seus pratos e sentavam nas mesas aleatoriamente.

Fonte: fotos do autor

4.6.3 Benefícios que o Festival Gastronômico gera para Tiradentes

A maioria dos entrevistados disse que o evento gera benefícios econômicos para Tiradentes, afinal, a cidade é turística, necessitando de turistas para consumir os produtos os quais ela oferece, tais como: hotéis, pousadas, restaurantes, artesanatos e souvenir. O evento gera empregos e aumenta a renda dos comerciantes, donos de pousadas, restaurantes, dentre outros.

“Tiradentes é uma cidade que vive do turismo... quem não vive do turismo é funcionário público, né... ou é autônomo... Então todo mundo acaba se beneficiando destes eventos... É bom estar sempre trazendo mais eventos para cidade, porque gera emprego, dinheiro... Tiradentes é uma cidade assim... só não trabalha quem não quer... só não ganha dinheiro quem não quer...” (adolescente – mulher – comerciante)

“A renda, né? Como ajuda os hotéis, devido aos hóspedes.. o comércio... acho que é a renda mesmo...” (mulher – idosa – aposentada)

“A cidade vive do comércio, do turismo. Este evento traz muita gente de toda parte do Brasil, então é muito bom para a cidade...” (jovem – mulher – comerciante)

4.6.4 As mudanças que o Festival Gastronômico está sofrendo no decorrer dos anos

A maioria dos entrevistados disse que o evento tem diminuído em relação ao fluxo de turistas. De acordo com os nativos, nos anos anteriores, a cidade teve maior visitação.

“Eu acho que uns quatro anos atrás, tinha mais gente na cidade...eu acho que, nestes três últimos anos, diminuiu a quantidade de pessoas... olha, o pessoal estava falando em relação aos custos das diárias das pousadas, sabe? O pessoal está cobrando mais caro... então acaba que o pessoal acaba não vindo... isso eu acho errado. Com isto, o turista foge, né? Não vem para cá...” (jovem – mulher – comerciante)

“Sim. Vem diminuindo muito o movimento, nos últimos dez anos... Eu acho que são as pousadas que são muito caras.” (adolescente – mulher – comerciante)

Algumas pessoas disseram que o número de patrocinadores também diminuiu, em relação aos anos anteriores.

“Mudou muito. Aqui dava muito movimento, vinha a Nestlé, Arno, todo tipo de macarrão Vilma, a praça da rodoviária e a praça principal não tinha como andar, devido aos stands, tendas. Tinha alimentação diversa... tinha filas de gente de cidades vizinhas.. este ano foi super fraco.. em relação ao patrocínio e visitantes... De uns seis anos para cá caiu muito...” (adulta – mulher – comerciante)

Já cinco entrevistados disseram que o evento só melhora. Os pratos a cada ano que passa estão mais sofisticados e a organização do evento está sempre inovando na programação.

“Olha eu... assim... sempre está tendo novos tipos de pratos... outros tipos de gastronomia, de vários países, né? Que não era só aqui de Minas... cada ano é um tipo de gastronomia de determinado local...” (jovem – mulher – funcionária pública)

“Muitas modificações... o acesso das pessoas... hoje tem as pessoas da redondeza que vem por curiosidade... agora... o evento tem melhorado ano a ano, no sentido de oferta, né... de opções...” (idososa – mulher – comerciante)

Dentre estes entrevistados, todos participam do evento, seja seguindo a programação oficial, comparecendo no centro histórico para ver o movimento ou trabalhando.

Um dos intuitos da pesquisa de campo foi acompanhar a programação do dia 29 de agosto de 2009 e verificar como a população interagia com o evento. Porém, como dito anteriormente, esta não se interage com o evento e não possui sentimento de pertencimento ao mesmo.

A observação começou às 10hs no Mercado de Cultura e Gastronomia, com um curso gratuito oferecido pelo evento, porém, neste horário, em frente ao estúdio, encontravam-se apenas três pessoas para participar da atividade (ver figura 27). A Rede Globo estava transmitindo ao vivo o festival e começou a buscar figurantes para aparecer na televisão. O evento começou a encher mais ou menos 11hs (ver figura 28).

Em relação aos anos anteriores, estava muito vazio. No sábado, ainda tinha pousadas com vagas. Ano passado não se achava vagas faltando uma semana para o evento começar. O Largo das Forras, onde se encontra exposições de alguns patrocinadores não havia degustações como os anos anteriores e era nítida a separação dos turistas e nativos nos espaços de socialização.



Figura 27: Evento Festival Gastronômico

A foto registra a ausência de pessoas para participar do curso que estava marcado para começar às 10hs.

Fonte: fotos do autor



Figura 28: Evento Festival Gastronômico

A foto registra o Largo das Forras às 11hs.

Fonte: fotos do autor

4.7 Análises do resultado da pesquisa

Esta pesquisa faz um paralelo entre eventos populares e turísticos, com o intuito de identificar e qualificar a inserção dos nativos nestes, junto às influências externas proporcionadas pela atividade turística em Tiradentes. Vale ressaltar que todos os resultados obtidos foram analisados a partir da visão dos nativos.

O Jubileu da Santíssima Trindade e a Semana Santa, apesar de serem eventos populares e tradicionais, possuem articulações e características distintas, ou seja, o Jubileu é um evento organizado para e pelos os nativos, onde todos participam em seus momentos de lazer. Estes se programam durante todo o ano esperando o evento chegar, pois, diferente dos outros eventos estudados, este quase não tem presença de turistas, facilitando assim, o acesso de todos os moradores, afinal, eles não precisam trabalhar no período em que o evento acontece e a cidade nesta ocasião não conta com outras atividades culturais.

A maioria dos barraqueiros é de outras cidades, eles permanecem em Tiradentes no período do evento para vender e trabalhar para os nativos e de acordo com entrevistas, poucos foram os entrevistados que disseram se incomodar com esta situação. A maioria deseja a festa devido à devoção à Santíssima Trindade e, ao mesmo tempo, querem comprar, comer e beber nas barracas que são montadas no trajeto das procissões. Estas possuem preços conforme a renda da população local, diferente de alguns produtos (restaurantes no centro histórico, lojas de suvenires, lojas de artesanato, boutiques de roupas e acessórios, dentre outros) que são oferecidos na cidade.

Apesar de a população gostar do evento e participar de suas programações, muitos reclamaram da sujeira e confusão que o evento proporciona na cidade durante todo o período em que este acontece. Pelo fato do evento não ter turistas, parece ter um descaso e falta de comprometimento dos órgãos públicos locais em criar uma melhor infra-estrutura para que ele aconteça e estipular algumas regras, para tentar minimizar as brigas que estão aumentando devido ao excesso de bebidas alcoólicas.

Frente a este quadro, muitos empresários que possuem estabelecimentos nas localidades, possuem resistência ao evento. Eles querem acabar com o evento, pois, conforme entrevistas, eles reclamam que o evento atrapalha seus negócios.

“(...) os turistas ricos que comprem as casas em Tiradentes, principalmente na rua da Santíssima Trindade, sempre sai em jornais, folhetos na cidade que eles querem acabar com a festa, porque é uma festa que traz barraqueiros, eles montam nas portas das casas, destroem jardins, gramados, então eles ficam revoltados, porque a rua fica interditada, não passa carro, não entra e não sai da garagem... Eles pensam e fazem campanha para acabar com festa por este motivo. A maioria destes moradores vem apenas em temporada... são todos de fora... (adulta – mulher – comerciante).

De acordo com histórico do evento, antigamente havia barracas na Rua da Câmara, local em que há circulação de turistas. Atualmente, a concentração das barracas se limita à

partir da rua Santíssima Trindade, conforme mapa em apêndice. O Jubileu a cada dia que passa está perdendo seu espaço, este está cada vez mais distante da circulação de turistas.

Apesar de este ser o evento mais popular de Tiradentes, o Jubileu da Santíssima Trindade, é o único que não se encontra no centro histórico da cidade e coincidentemente quase não possui presença de turistas. Parece que o intuito é isolar o acontecimento, de forma que os turistas não o percebam, pois, a realidade do evento é diferente da imagem que as autoridades querem passar de Tiradentes.

Já a Semana Santa é um evento que tem presença de nativos e turistas, diferente do Jubileu da Santíssima Trindade, porém, há uma maior participação dos nativos, pois, uma parte da população é a responsável por sua organização. Devido a isto, os organizadores conseguem manter muitas características de anos anteriores. O evento quase não tem sofrido mudanças no decorrer dos anos. Isto se deve ao fato deste ser tradicional e possivelmente, pelo fato da população ter autoridade em sua organização, fazendo com que os turistas se adêquem às atividades religiosas oferecidas e não o contrário. A população gosta do jeito e formato do evento e não vêem necessidade de alterações.

Embora ambos participarem do evento e conviverem com o mesmo objeto cultural, os valores colocados nas atividades pelos turistas e nativos são diferentes. A população tem muita fé na Semana Santa, o evento simboliza toda a tradição de seus familiares junto à história da cidade; já os turistas buscam o evento por vários motivos; seja por curiosidade na cultura popular local, seja para conhecer os patrimônios materiais que a cidade possui ou até mesmo motivados pela fé. Neste estudo, não estudamos a visão do turista, devido a isto, não podemos medir esta comparação.

Devido a estas diferenças, muitos moradores reclamam da falta de respeito de algumas pessoas ao participarem das procissões, novenas e missas. Esta lamentação não restringe apenas aos turistas. Muitos entrevistados criticaram os próprios moradores pela falta de respeito ao evento. Tanto que esta queixa também esteve presente no Jubileu da Santíssima Trindade, evento que quase não possui presença de turistas.

O trânsito no período do evento fica caótico, dificultando algumas vezes a programação do evento, que acontece em várias igrejas espalhadas pela cidade. O roteiro não se resume em apenas um ponto, mas vários. Esta distância está destacada no mapa, que foi reproduzido, com o intuito de demarcar os territórios ocupados pelos quatro eventos estudados nesta pesquisa. Este se encontra no apêndice deste trabalho.

A Semana Santa, diferentemente do Jubileu, tem uma maior participação de idosos, devido às atividades oferecidas que se baseiam, em sua maioria, na religiosidade e tradição. O Jubileu da Santíssima Trindade, apesar de também estar relacionado à religiosidade e tradição, possui uma parte profana, com barracas, brinquedos e música, atingindo um público mais diversificado.

Percebe-se que os nativos gostam da presença dos turistas, porque sabem que a cidade vive com a renda da atividade turística e que esta modificou um momento de crise na economia local. Devido a isto, eles estão preocupados, porque, conforme entrevistas, o fluxo turístico está diminuindo nos principais eventos locais. Eles, em sua maioria, depositam a responsabilidade deste quadro no alto valor das pousadas, restaurantes e comércio em geral. Porém, vale à pena ressaltar que não podemos afirmar estes acontecimentos, pois, esta pesquisa não registrou e nem pesquisou dados para confirmar ou negar estas suposições. Vários fatores podem ter contribuído para esta visão dos nativos, tais como: consequência da crise financeira vivida em 2009 ou até mesmo retrato do surto da gripe H1N1, que gerou esvaziamento de muitos espaços públicos, devido ao receio de contaminação.

A Mostra de Cinema e o Festival Gastronômico são eventos turísticos, pois, foram criados com o intuito de atrair um fluxo de turistas para a localidade. São eventos recentes e são organizados por empresas de fora de Tiradentes. O poder está concentrado nas mãos de seus organizadores; dificultando assim, a participação efetiva da população no planejamento destes. São eventos que geram muitos empregos para os moradores no período em que acontecem, pois, a cidade é turística e no momento a maioria dos meios de hospedagem e restaurantes fica lotada.

Apesar de ambos serem turísticos, os eventos possuem características distintas, enquanto formato; organização e participação.

Na Mostra de Cinema, a maioria da população participa das programações de lazer oferecidas pelo evento. Tanto crianças, quanto adultos e idosos interagem com o evento, pois, a equipe organizadora facilita o acesso para a população local. Todas as entradas para as atividades são gratuitas, com direito a pipoca. Além disso, há exibição de cinema à noite, para as pessoas que não conseguem participar durante o dia porque trabalham.

Como o evento acontece em um período em que a cidade está cheia de turistas, ainda há uma maior participação de turistas, pois, estes estão disponíveis 24 horas para estarem presentes nas atividades oferecidas.

O público que mais participa do evento são jovens, universitários e crianças. Não há uma predominância de idosos. Em Tiradentes nota-se que os eventos em que os idosos mais participam são os religiosos e tradicionais, geralmente organizados por eles e familiares.

A população é bem recebida na Mostra de Cinema, se sente feliz participando das atividades e o perfil do turista que o evento atrai também facilita o convívio com os moradores, afinal, em sua maioria, são jovens de classe média; não são ricos. Isto faz com que a população se sinta aceita no mesmo espaço, sem vergonha ou receio de ser excluída do grupo.

A maioria dos entrevistados disse que não mudaria nada na Mostra de Cinema; tanto no formato quanto na programação. O evento traz benefícios tanto para os empresários quanto para a população. Para os empresários este traz benefícios financeiros, pois, as pousadas, comércios e restaurantes ficam cheios e para a população os benefícios são em relação ao lazer, pois, o evento cria oportunidades de participação cultural que geralmente a população não possui, porque, a cidade pouco oferece a eles.

Vale ressaltar que a maioria dos moradores de Tiradentes, não são os empreendedores, que, em sua maioria são de fora, de outros estados, ou até mesmo estrangeiros.

De acordo com a população, a Mostra de Cinema, todos os anos, passa por modificações, porém, sempre para melhor, no entanto, conforme dito nos eventos tradicionais, eles também percebem uma queda na quantidade de turistas que participam do evento.

Em relação ao Festival Gastronômico, a participação da população é muito diferente da Mostra de Cinema. Os moradores participam apenas trabalhando no evento e em sua maioria em cargos de limpeza, auxiliar de cozinha, divulgação do evento, dentre outros, enfim, funções que não são bem remunerados.

A maioria da população não participa do evento, pois, este é elitizado e os pratos são muito caros, ficando inviável a participação.

O público alvo do evento são turistas ricos. O evento é realizado exclusivamente para turistas, sem proporcionar condições para a participação da população nas atividades oferecidas na programação. Os moradores de Tiradentes não possuem nenhuma informação sobre o evento, e muitas vezes, não sabem dizer quais são os aspectos positivos e negativos do mesmo.

A organização do evento oferece cursos de culinária gratuitos, porém, a população não se identifica com os pratos e ingredientes. Desta forma, os moradores não têm interesse em participar, pois, eles não possuem condições ou até mesmo não querem produzir os pratos em

casa, sem contar que o perfil dos participantes é muito diferente da população. Eles se sentem constrangidos em participar, pois, não se identificam com a comida, o lugar e pessoas.

Desta forma, eles se sentem excluídos dos espaços públicos, onde o evento acontece, que até então eram lugares de encontros com amigos e familiares. De certa forma, estes lugares foram substituídos por lugares “pagos”, onde o acesso só é permitido para pessoas que possuam condições para consumir os produtos.

A população tem consciência que o evento é bom para a cidade, pois, gera renda para pousadas, restaurantes e comércio. Tanto que eles acham que o evento deve continuar, eles não se impõem, simplesmente muitos nem comparecem ao centro histórico no período em que este acontece. Eles deixam a cidade livre para ser reconstruída, conforme as necessidades dos organizadores do evento.

Este cenário é o espelho de um quadro de exclusão, que pode piorar, caso não haja inserção de medidas inclusivas da sociedade. Afinal, na perspectiva do desenvolvimento local, a população precisa estar envolvida no processo e ser beneficiada de fato. Essa perspectiva tem indicado que ter controle de algo só é possível quando os envolvidos são esclarecidos e atentos sobre seus interesses e acostumados a pensar neles. Este é um dos vieses do desenvolvimento local, ponto crucial para a implantação de atividades turísticas em localidades. Nada adianta organizar um evento em uma cidade turística, gerar renda para os grandes empresários (que por sinal, a maioria não é de Tiradentes) e não melhorar as condições de vida dos nativos. Um dos objetivos da atividade turística sustentável, e os eventos encaixam neste contexto, é criar oportunidades para os moradores. A criação de oportunidades está além da geração de empregos. Assim, o desenvolvimento local deve assinalar um processo de superação de problemas sociais, em cujo âmbito, uma sociedade se forma, para seus membros, mais justa e legítima.

Mercer, através de estudos de casos realizados em comunidades nativas, destaca os conceitos nos quais: controle indica se a população controla o seu próprio destino quando negocia decisões relativas ao desenvolvimento do turismo em seu país, região, e a escolha, que indica se ela tem liberdade de escolha para negociar ou para simplesmente se recusar a fazê-lo. Não considerar a posição da população residente pode levar a “azedar” a relação visitante x visitado, essencial à atividade turística principalmente a que se pretende calcar sob a égide da sustentabilidade (MERCER, 2002, p. 117-144 *apud* MAMEDE, 2003, p. 33).

O grande problema que se coloca refere-se ao princípio da equidade ou justiça e à questão de como hoje as populações receptoras podem obter o máximo de benefícios derivados do turismo sem serem devastadas e dominadas pelos excessos que o próprio turismo, como atividade mecanicamente econômica, concentrando-se apenas nos dados monetários e em outras informações financeiras, leva à negligência de outros aspectos, freqüentemente mais importantes, tais como fatores socioculturais, psicológicos, ambientais e do próprio bem-estar, social (MAMEDE, 2003).

Assim, pensar no futuro da “sociedade futura”, quando esta não está presente fisicamente para dizer o que quer é um contra-senso, pois a maioria dos que estão presentes hoje não é ouvida, ou melhor, sequer lhes é indagado sobre o que querem ou o que pensam. Aqui, a questão da autonomia volta e é central. O desenvolvimento socioespacial pressupõe que uma coletividade tenha autonomia para gerir os seus destinos, ou seja, eleger ela própria e conscientemente as suas prioridades e os meios para concretizá-las; até para disciplinar o turismo conforme seus interesses e suas necessidades. Contudo, vale lembrar, a população é heterogênea e a assimetria do poder é, sobretudo em uma sociedade capitalista periférica como a nossa, enorme. Então, se a maioria da população não puder participar livremente da gestão dos recursos socioespaciais de seu município, o turismo, assim como outras atividades, dificilmente corresponderão às suas expectativas e casarão com seus interesses. Dificilmente, portanto, o turismo tenderá a trazer desenvolvimento duradouro (MAMEDE, 2003, p. 36).

Um dos problemas relatados nos quatro eventos, diz respeito às formas de participação da população e sua autonomia, em relação à organização destes. Os eventos mais criticados foram o Festival Gastronômico e o Jubileu da Santíssima Trindade. E coincidentemente, são os eventos que fogem da autonomia da população em alguns aspectos. O Jubileu da Santíssima Trindade é criticado, em sua maioria, em relação aos serviços públicos que não são oferecidos no evento, tal como: infra-estrutura (segurança, limpeza, instalação de banheiros químicos, dentre outros). Já o Festival Gastronômico, é criticado, na maioria, pela inviabilidade de participação dos nativos no evento, devido aos altos preços dos produtos oferecidos e pelo fato do evento nada ter a ver com a realidade cultural dos residentes locais.

Para tentar solucionar os problemas advindos de Tiradentes, junto a seus moradores, os atores sociais do município (governo, empresários e organizadores do turismo) precisam confiar na sabedoria e capacidade de suas comunidades, para que estes ganhem espaço na tentativa de buscar soluções originais para os problemas locais, com base na sua própria experiência e na de outros grupos similares.

5 – SUGESTÕES PARA MELHORIAS

De acordo com o resultado da pesquisa, foram detectados alguns problemas que precisam ser modificados para melhoria do cenário turístico de Tiradentes, junto aos eventos estudados neste trabalho. A partir deste quadro, neste capítulo, colocam-se algumas sugestões de melhorias que podem contribuir para o desenvolvimento sustentável da cidade. Porém, vale observar, que se sugere apenas alguns pontos, os de maior relevância neste momento.

Pellegrini Filho, em seu livro “Turismo Cultural em Tiradentes: Estudo de Metodologia aplicada” fez algumas recomendações sobre a logística e infra-estrutura da cidade, e como, até hoje, detecta-se os mesmos problemas, alguns serão novamente apontados neste trabalho. Caso haja efetivamente mudanças, conforme sugestões da pesquisa, estas beneficiarão todos os atores sociais locais, junto aos turistas.

- 1- Circulação de veículos: de acordo com entrevistas, a maioria dos entrevistados reclamou do trânsito em Tiradentes. É necessário elaborar um código de trânsito na cidade, para evitar danos nos bens ambientais, arquitetônicos, urbanísticos e paisagísticos, sem contar os congestionamentos, gerados devido ao alto fluxo de carros nos fins de semana e alta temporada.
- 2- Criação de estacionamentos: a cidade dispõe de lotes livres, em pontos estratégicos, onde poderão ser construídos estacionamentos com segurança e infra-estrutura adequada.
- 3- Postos de informações turísticas: a cidade não possui postos turísticos. É necessário instalar um na entrada de Tiradentes (junto à estação ferroviária), um no Largo das Forras, um próximo ao chafariz e outro próximo a igreja Santo Antônio. Atualmente, o único lugar apropriado para busca de informações é a Secretaria de Turismo, localizada no Largo das Forras.
- 4- Fraldão nas charretes que fazem o passeio turístico na cidade: para evitar sujeira, mau cheiro e moscas no centro histórico de Tiradentes. Muitos donos de restaurantes, localizados nas proximidades do local onde os cavalos ficam, reclamam do incômodo e constrangimento proporcionado aos turistas que ficam sentados nos passeios dos estabelecimentos, praticamente em frente ao local de parada dos animais, no Largo das Forras.

- 5- Padronização de horários de funcionamento dos bens culturais da cidade: é necessário maior profissionalismo dos que prestam serviços para estes estabelecimentos. O turista programa sua viagem com antecedência, de acordo com os horários de visitação dos bens culturais da cidade. É uma falta de respeito e educação, que este chega ao local, em horário comercial e o encontra fechado, sem esclarecimentos. Estes horários, inclusive, devem ser divulgados nos sítios da prefeitura local e agências responsáveis pela montagem do roteiro turístico regional.
- 6- Sinalização turística: este item é imprescindível para uma cidade histórica, que possui diversos atrativos culturais e naturais. É necessária utilização de, no mínimo, dois idiomas, pelo fato da cidade receber muitos turistas internacionais.
- 7- Treinamento de mão de obra local: é necessário desenvolver um programa de treinamento para os profissionais que trabalham nas pousadas, restaurantes, lojas ou estabelecimentos que tratam diretamente com os turistas. Os charreteiros, guias, profissionais que trabalham nas igrejas, museus e outros bens culturais, precisam de cursos específicos para saber lidar com o fluxo diversificado de turistas que visitam a cidade diariamente. Outra estratégia de treinamento seria para os profissionais que são contratados para temporadas, para cobrir escalas, devido à alta demanda turística.
- 8- Prioridade de empregos para a mão de obra local: atualmente, os empresários preferem contratar mão de obra qualificada de outros lugares a treinar a mão de obra local. É preciso valorizar os residentes das cidades turísticas, pois, eles também precisam ser beneficiados pela atividade. Esta é uma das formas de trabalhar a inclusão social.
- 9- Campanhas educativas e de conscientização cultural: o intuito é motivar a população da importância dos bens culturais para suas vidas e de seus familiares, mostrando os benefícios destes para o bem estar cultural de todos. Envolver as escolas, junto aos educadores e alunos, para que estes trabalhem a realidade de Tiradentes em sala de aula. Por exemplo: na disciplina de história, os professores podem trabalhar a história local, junto aos seus patrimônios culturais; na disciplina de geografia, podem-se trabalhar os atrativos naturais locais, junto aos impactos positivos e negativos da atividade turística no meio ambiente natural. A escola pode sugerir a inclusão de uma disciplina de educação patrimonial, para trabalhar a cultura, cultura popular, folclore, cidadania, dentre outros.
- 10- Melhorar a segurança no Jubileu da Santíssima Trindade: a prefeitura precisa aumentar o número de policiais durante o evento, pois, os moradores de Tiradentes

dizem ter medo de frequentar o evento à noite, pois, muitas brigas acontecem no local, devido ao excesso de bebidas alcoólicas.

11- Melhorar a infra-estrutura do Jubileu da Santíssima Trindade:

- Banheiros Químicos: é necessário que a prefeitura invista em banheiros químicos, para evitar que pessoas façam suas necessidades no meio da rua, denegrindo assim, a imagem do evento. Sem contar no mau cheiro deixado nos becos das proximidades da rua Santíssima Trindade.

- Limpeza nas ruas, onde acontece o evento: é necessário fazer um trabalho de conscientização com a população para não jogar resíduos no chão. A prefeitura precisa colocar latas de lixo espalhadas no trajeto do evento e aumentar os profissionais que trabalham na limpeza do local. É um trabalho de cidadania que deve ser pensado em conjunto.

- Melhorar as condições sanitárias dos barraqueiros: a situação que os barraqueiros se encontram durante o evento é desumana. Estes dormem, com esposas e filhos, nos carros ou montam barracas nas proximidades. Criar um local, específico para a montagem de barracas, com locais para banho e sanitário (estilo *camping*), durante o evento, ajudará a minimizar a mendicância. É necessária uma maior fiscalização, para proibir a utilização dos chafarizes da cidade, para lavar as louças das barracas de comidas. Esta atitude contribui para degradação dos bens culturais locais.

- Aumento de linhas de ônibus: Como Tiradentes recebe muitosromeiros durante o evento, é necessário aumentar as linhas de ônibus São João Del Rei/Tiradentes/São João Del Rei, evitando assim, a insatisfação dos usuários e tumulto na rodoviária.

- Fiscalização na rodoviária: a prefeitura precisa melhorar a coibição de ambulantes e barraqueiros nas proximidades da rodoviária. A bagunça gerada devido a este quadro inibe o fluxo de turistas na redondeza.

12 – Contribuição social da igreja: A igreja precisa fazer uma planilha do dinheiro ganho através da Semana Santa e do Jubileu da Santíssima Trindade, para dar um retorno para a comunidade sobre o destino do mesmo. Afinal, a igreja tem um papel social e precisa informar à comunidade sobre a sua gestão financeira.

13 – Falta de respeito: é necessário fazer um trabalho de conscientização com a população local, sobre a importância cultural dos eventos populares religiosos da cidade. Esta é uma estratégia para tentar melhorar a falta de respeito, principalmente dos mais jovens, por estes eventos.

14 – Inserção da população no Festival Gastronômico: criar formas da população se beneficiar do evento financeiramente e utilizar seu espaço para o lazer. Uma sugestão para melhorar a realidade do evento junto à comunidade é a seguinte:

A população precisa se unir e criar associações ou cooperativas, para se beneficiar da credibilidade do evento. Esta utilizará seus saberes populares, junto às peculiaridades locais, para criação das receitas típicas mineiras, de acordo com a realidade dos moradores de Tiradentes. Conseqüentemente, marcará reuniões com os organizadores do evento, para conseguir pontos de vendas de seus produtos no evento internacional de cultura e gastronomia, junto a espaços para desenvolvimento de cursos gratuitos que serão disponibilizados na programação geral do evento. Além da oferta de cursos gratuitos na programação geral do evento, o grupo utilizará um dos espaços do Mercado da cultura e gastronomia situada no Largo da rodoviária para venda de comidas típicas locais. Exemplo: conserva de pimenta em vidros decorativos; doces caseiros; sacos de biscoitos, dentre outros. Pode-se criar junto a esta tenda, a venda de pão de queijo feito na hora com o café passado através de coador (cozinha típica mineira). Esta metodologia implicará em uma maior participação da população local, em seus momentos de lazer, pois, estes terão gosto em participar de um evento que retratará algo da identidade cultural de seu povo. Além de contribuir financeiramente para cada família participante do projeto.

6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é uma atividade econômica e um dos seus objetivos é atingir a taxa de lucro e retorno, porém, este também é capaz de ocasionar a inclusão social, devido ao seu poder de interagir com os órgãos públicos, privados e a população em prol do desenvolvimento da localidade. A forma como ele estabelece a relação de poder entre estes atores sociais é que determina os benefícios ou malefícios gerados para a localidade até então explorada turisticamente.

A não articulação dos atores sociais de uma destinação turística ocasiona impactos negativos, muitas vezes, relacionados à exclusão social da comunidade, pois, trabalhar o desenvolvimento local requer muito esforço, dedicação e participação.

Há, no entanto, uma coisa que pode ser feita gradativamente enquanto Desenvolvimento Local por qualquer povo, desde que em regime democrático, através de suas comunidades concretamente localizadas: sensibilizar-se, mobilizar-se e organizar-se para a geração gradativamente cooperativa de seu próprio bem-estar de base, como o desvelamento de auto-estima, o cultivo da autoconfiança e o tornar-se capaz, competente e hábil para discernir e buscar tanto suas próprias alternativas de rumos sócio-pessoais futuros quanto soluções possíveis, no seu âmbito ou fora dele, para seus mais imediatos problemas, necessidades e aspirações. E isso sempre a partir daquilo que estiver ao seu alcance (principalmente o conhecimento e o aproveitamento de suas reais peculiaridades e potencialidades), bem como do simples para o complexo e do mais para o menos comunitariamente necessário (AVILA, 2003, p. 19).

O desenvolvimento local respeita e aproveita as peculiaridades (ou modos de ser e agir), a realidade (enquanto complexidade dos contextos social, cultural e ambiental) e as potencialidades (das pessoas e do meio) de cada comunidade, pois, estas nunca serão iguais.

Sua prática é a formação inclusiva de sucessivas gerações, em razão de que mudanças culturais não se operam apenas por programas, projetos, campanhas e outras iniciativas temporárias ou até permanentes, mas através da penetração nas maneiras de pensar e agir das pessoas, individualmente e em comunidade.

Para reverter o atual quadro de Tiradentes MG, junto aos eventos trabalhos nesta pesquisa, será necessário uma inversão de poderes e valores. O que ocorreu foi um desmembramento da cidade; excluindo a comunidade de vários benefícios ocasionados pela atividade e dificultando a integração desta nos espaços construídos para receber os turistas.

Hoje se caracteriza Tiradentes, como uma cidade partida, em que os turistas têm acesso a muitas coisas (e efetivamente a cidade oferece muito), mas a maioria dos habitantes pouco pode desfrutar de certos benefícios e espaços.

Isto fica claro em relação à participação da população nos eventos estudados neste trabalho. O Jubileu da Santíssima Trindade, evento mais popular da localidade quase não possui presença de turistas e não acontece no centro histórico da cidade e justamente este é o mais precário em relação a problemas de infra-estrutura.

Já o Festival Gastronômico, que quase não possui presença da população, usufruindo o lazer proporcionado, acontece no centro histórico da cidade e é o evento com melhor infra-estrutura. Os poucos nativos que participam são trabalhando e ocupando funções de baixa remuneração.

Estes são antagônicos, mas que merecem destaque devido ao retorno que é gerado para a vida da população. Se houvesse uma união de esforços da comunidade, se esta buscasse soluções em relação a seus problemas de forma organizada e planejada o resultado seria diferente. Ela se beneficiaria com o Festival Gastronômico e melhoraria a estrutura do Jubileu da Santíssima Trindade, tanto na forma econômica, como no lazer.

“... o desenvolvimento local é o desenvolvimento endógeno, de dentro para fora, de baixo para cima, é o desenvolvimento social, o desenvolvimento do homem, das condições humanas, são as buscas de alternativas para criar novos cenários se priorizar outros atores sociais, como os trabalhadores, as mulheres, os jovens, os vizinhos, os residentes, os excluídos, os nativos, as comunidades”(CORIOLANO, 2003, p. 64).

Não é suficiente o reconhecimento do olhar externo, seja do gestor, do pesquisador, ou do turista. É preciso o reconhecimento, a valorização e respeito da riqueza por parte da comunidade receptiva. Esta é essencial para que o turista e gestor da atividade também valorizem as peculiaridades locais. A sustentabilidade sociocultural no turismo trabalha com o planejamento integrado e com processos de mobilização social e participação comunitária para definir ações e atividades prioritárias.

O turismo é desenvolvido com a participação dos próprios habitantes de um lugar, como articuladores, construtores, gestores, da rede turística e do arranjo produtivo. Esses sujeitos devem ser conscientes de que a renda e o lucro oriundos da atividade turística devem ser geridos e distribuídos na comunidade. Assim, atendem-se os objetivos de promover a melhoria da qualidade de vida de todos os envolvidos e de fornecer a geração de empregos. Esses objetivos são alcançados pela comunidade, a partir da formulação, organização e implantação de estratégias sustentáveis do turismo e hospitalidade.

Dessa forma, as atividades econômicas são entendidas como consequência em vez de serem vistas como motor do processo de geração de riqueza. E isso é uma estratégia que, simultaneamente, pode e deve gerar bem-estar e qualidade de vida, de modo a conciliar o aumento dos postos de trabalho e o reforço à identidade local. E ainda, o incremento da auto-estima e preservação do patrimônio natural e cultural. Por meio desta estratégia, torna-se possível incorporar a todos nas atividades coletivas (BRASIL, 2007, p. 93).

A preservação da cultura local, junto a seus patrimônios materiais e imateriais só acontece, no momento em que os nativos se identificam com o lugar no qual vivem. Este trabalho deve ser feito gradativamente, em um processo de sensibilização, mostrando aos moradores a importância de todos os bens culturais locais para sua vida e posteriormente para a vida de seus filhos ou netos. Eles precisam se orgulhar de sua cultura, mas para isto, o turismo deve estimular este método e não reprimir os hábitos e valores de determinado lugar.

No momento que os nativos são excluídos das trocas sociais, oriundas dos eventos produzidos em sua cidade, eles passam a achar que sua presença é irrelevante ou até mesmo negada. Para que isto não aconteça, o profissional do turismo, junto aos atores sociais locais, deve estudar uma metodologia de inserção destes nos eventos trabalhados, seja como gestores, empreendedores, participantes, convidados ou como funcionários, porém, com funções que permitam um bom retorno econômico, social e cultural.

Em muitas cidades, quando há exclusão dos nativos, em relação às atividades produzidas para o turismo, estes negam a atividade e maltratam os visitantes, gerando uma situação muito delicada para o gestor. Felizmente, este não é o cenário de Tiradentes. Estes gostam e aceitam a atividade turística e não colocam a responsabilidade das mudanças sociais locais no turismo. Estes, inclusive, acham que estas mudanças são normais em uma comunidade que possui conflitos culturais advindos do contato de turistas e nativos e que estas modificações não necessariamente são negativas. O que eles não concordam é em relação às decisões, muitas vezes dos órgãos públicos em criar medidas que beneficiam apenas aos turistas, medidas muitas vezes, relacionadas à inibição de eventos da cultura popular local.

Percebe-se que os eventos populares que beneficiam a atividade turística, são bem vistos pelas autoridades e empreendedores, com isto estes auxiliam na infra-estrutura, dando

apoio à organização. Pode-se citar a Semana Santa, como exemplo. Já o Jubileu da Santíssima Trindade, evento tradicional e popular, sofre resistência por parte dos empresários e as autoridades não solucionam graves problemas de infra-estrutura e de segurança pública. Afinal, a reflexão é precisa por parte dos atores sociais de Tiradentes (governo, profissionais do turismo e empreendedores locais), pois, estes utilizam a cultura local para atrair os turistas para os eventos e não a utiliza em benefício dos moradores.

Devido a isto, é interessante rever os projetos turísticos aprovados em Tiradentes, pois, estes precisam ser trabalhados em conjunto, em benefício mútuo, de base social. Um projeto de turismo sustentável tem o objetivo de planejar e manejar os sistemas e recursos, levando em consideração os aspectos históricos, culturais e tradicionais, além de conflitos de usos e interesses, para que ocorra de forma socialmente justa, é indispensável que tenha a participação dos nativos durante todo o processo, garantindo, assim, que as decisões tomadas estejam de acordo com as vontades da comunidade e que sua implantação, em tais bases, seja realizada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCHER, Brian, COOPER, Chris. *Os Impactos Negativos e Positivos do Turismo*. In: THEOBALD, W (org.). *Turismo Global*. São Paulo: SENAC, 2002.
- AVILA, Vicente. *Cultura, Desenvolvimento Local, Solidariedade e Educação*. Base documental ampliada da conferência ministrada em 27/11/03, no “I Colóquio Internacional de Desenvolvimento Local” realizado de 25 a 28/11/03 na UCDB.
- BANDUCCI Jr., Álvaro; BARRETTO, Margarita (Orgs.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: papirus, 2001.
- BANDUCCI Jr., Álvaro. *Turismo e antropologia no Brasil: estudo preliminar*. In: BANDUCCI Jr., Álvaro; BARRETTO, Margarita. (Org.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas: Papirus, 2001.
- BARBOSA, Cid. Secretário de Cultura de Tiradentes Entrevista concedida ao autor em julho de 2005.
- BARRETTO, Margarita. *As ciências sociais aplicadas ao turismo*. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloísa T.; LUCHIARI, M. Tereza. (Org.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. 3º edição. Campinas: Papirus, 2004. p. 17-36.
- BARRETTO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 13. ed. rev. e atual. Campinas: Papirus, 2003.
- BARRETTO, Margarita M. *Planejamento e Organização em Turismo*. Campinas: Papirus, 1990.
- BENI, Mário. *Análise Estrutural do Turismo*. 10º edição. São Paulo, Senac São Paulo, 1997/2006.
- BOAVENTURA, Edivaldo M. *Metodologia da Pesquisa: Monografia, Dissertação, Tese*. São Paulo: Atlas, 2007.

- BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos*. Tradução Maria João Alvarez, Sara Bahia dos Santos e Teimo Mourinho Baptista. Porto: Porto Editora, 1994. 336p.

- BOLSON, Jaisa; FERREIRA, Marta. *Os Impactos do Turismo em Tiradentes : uma Análise da Percepção do Setor Público Local*. IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL - Universidade de Caxias do Sul – Mestrado em Turismo - Caxias do Sul, RS, Brasil – 7 e 8 de Julho de 2006.

- BOULLÓN, R. *Ecoturismo: sistemas naturales y urbanos*. 2 ed. Buenos Aires: Librerías Turísticas, 2000

- BRACHER, Blima. *12ª edição do Festival de Cultura e Gastronomia de Tiradentes tem pitada regional com sotaque francês*. Disponível em < <http://www.revistaencontro.com.br/edicao/98/voila-minas> > Acesso em: 24 de agosto de 2009.

- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *Ouro Preto: arte, antigüidade e artesanato. A cultura da rua*. Campinas: Papyrus, 1989.

- BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado, 1988.

- BRASIL. Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000. *Institui o registro de bens culturais de natureza imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial*. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 4 de agosto de 2000. Disponível em < <http://www.iphan.gov.br/legislac/decreto3551.htm>. > Acesso em: 08 de fevereiro de 2002.

- BRASIL. Ministério do Turismo. *Programa de Regionalização do Turismo: Roteiro do Brasil: Turismo e Sustentabilidade*. Brasília, 2007.

- BRUHNS, Heloisa Turíni; LUCHIARI, Maria Tereza D. P.; SERRANO, Célia (Orgs.).

Olhares Contemporâneos sobre o turismo. São Paulo: Papirus, 2000.

- CAETANO, Elisa. *Festival em Tiradentes (MG) movimenta baixa temporada da cidade*. Janeiro, 2007. Disponível em <
<http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=11976> > Acesso em: 10 de junho de 2009.

- CANCLINI, Néstor. *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo, Brasiliense, 1983.

- CARLOS, Ana Fani (org.). *Novos Caminhos da Geografia*. São Paulo: Contexto, 1999. p. 173-186

- Centro Universitário UNA. Núcleo de Trabalhos de Conclusão de Curso. *Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos. Normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Metodologia Científica*. Elaborado por Profa. Myrene Buenos Aires. Belo Horizonte, 2009.

- CHAUI, Marilena. *Cultura e Democracia: o discurso competente de outras falas*. 3º edição. São Paulo, Moderna, 1984.

- COHEN, E. “*Rethinking the sociology of tourism*”. *Annals of Tourism Research*, 6, 1979, p. 18-36.

-----”. “*A phenomenology of tourism experiences*”. *Sociology* n° 13, 1979, p. 179-202.

- COOPER, C; et al. *Turismo, princípios e prática*. 2 ed. Tradução de: Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Bookman, 2001

- CORIOLANO, Neide. *Turismo e Desenvolvimento Social Sustentável*. Fortaleza: Eduece, 2003.

- CRUZ, Rita de C. A. da. *Introdução à Geografia do Turismo*. 2. ed. São Paulo: Editora Roca Ltda. 2003.

- DEMARIA, Cíntia; OLIVEIRA, Rafael. X Festival de Cultura e Gastronomia – Tiradentes MG. Julho, 2007. Disponível em <
<http://www.bheventos.com.br/portal/site/cobertura.php?id=4> > Acesso em: 10 de junho de 2009.
- DIOCESE. Maio, 2009. *Jubileu em Tiradentes: 233 anos de devoção à Santíssima Trindade*. Disponível em <
http://www.diocesedesaojoadelrei.com.br/site/index.php?option=com_content&task=view&id=804&Itemid=1 > Acesso em: 24 de agosto de 2009.
- Entrevista de Raquel Hallak – *Mulheres do Cinema Brasileiro*. Realizada em janeiro de 2008. Disponível em <
<http://www.mulheresdocinemabrasileiro.com/entrevistaRaquelHallak.htm> > Acesso em: 10 de junho de 2009.
- Eventos de Tiradentes MG. Disponível em <
<http://www.tiradentes.mg.gov.br/eventos/abril.html>. > Acesso em: 27 de março de 2009.
- FERRETTI, Eliane. *Turismo e Meio Ambiente: Uma abordagem integrada*. São Paulo, Roca, 2002.
- Festival de Comida di Buteco – Belo horizonte MG. Disponível em <
<http://www.comidadibuteco.com.br/nossahistoria.php> > Acesso em: 15 de março de 2010
- FILLIPO, Cynthia; SOUZA, Gisela M. *Impactos socioculturais do turismo na comunidade de Tiradentes Minas Gerais*. Revista Acadêmica do Senac Minas, v. 3, p. 1-21, 2006. Disponível em <
<http://www3.mg.senac.br/NR/rdonlyres/ee6dfb317upa67zj3s3dpm3mtbearmvb33bwxvmoz4ucsx5ozr2fsywik6bfj36x5et2twfj7g5h7p/cynthia.pdf> > Acesso em: 01 de março de 2010.
- FREITAS, Sérgio. *Tiradentes: Uma cidade Histórica*. Tiradentes, 1998.
- GIOVANNINI JR, Oswaldo; CAMURÇA, Marcelo A. *Religião, patrimônio histórico e turismo na semana santa em Tiradentes (MG)*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano

9, n. 20, p. 225-247, outubro de 2003. Disponível em < <http://www.uazuay.edu.ec/bibliotecas/cibercultura/Religiao%20Patrimonio%20Historico%20E%20Turismo%20Semana%20Santa%20em%20Tiradentes.pdf> > Acesso em: 01 de março de 2010.

- GIOVANNINI, Oswaldo. *Cidade presépio em tempo de Paixão: turismo e religião: tensão, negociação e inversão na cidade histórica de Tiradentes*. In: BANDUCCI Jr., Álvaro; BARRETO, Margarida (Org.). *Turismo e identidade local: uma visão antropológica*. Campinas, Papirus, 2001.

- GREENWOOD, Davydd J. “*Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commodization*”. In: SMITH, Valene L. *Host and guest, the anthropology of tourism*. 2º Ed. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1995, p. 170-185.

- GUIMARAES, Aline. *Lazer na cidade de Tiradentes, Minas Gerais – Uma perspectiva dos moradores: a importância da preservação da cultura e identidade dos habitantes de Tiradentes*. Trabalho de conclusão de curso - Especialização de Gestão de Eventos – PUC Minas, 2007.

- História de Tiradentes MG. Disponível em < <http://www.idasbrasil.com.br/idasbrasil/cidades/Tiradentes/port/historia.asp> > Acesso em: 09 de março de 2010.

- História cidade de Tiradentes-MG. Disponível em < <http://www.tiradentes.net/historiatiradentes.htm> > Acesso em: 27 de março de 2009.

- HORKHEIMER, M., e ADORNO, T. W. *Dialética do Esclarecimento: Fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

- Informações sobre Tiradentes MG. Disponível em < <http://www.tiradentesgerais.com.br/santacruz.htm> > Acesso em: 24 de agosto de 2009.

- Informações sobre Tiradentes MG. Disponível em http://www.descubraminas.com.br/DestinosTuristicos/hpg_pagina.asp?id_pagina=2268&id_pgSuper=> Acesso em: 24 de agosto de 2009.
- Inventário de Proteção do Acervo Cultural de Tiradentes. 2005.
- JAFARI, Jafar. “*Research and scholarship. The basis for tourism education*”. The Journal of Tourism Studies n° 1, v. 1, maio 1990, p. 33-41.
- Jornal do Jubileu da Santíssima Trindade - Tiradentes MG. Ano IV Maio de 2009.
- Jubileu da Santíssima Trindade – Tiradentes MG. Disponível em < http://www.tiradentes.mg.gov.br/jubileu_strindade.html. > Acesso em: 27 de março de 2009.
- LAGE, Beatriz Helena Gelas, MILONE, Paulo César (orgs.). *Impactos Socioeconômicos Globais do Turismo*. In: _____. Turismo: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2000.
- LAKATOS, Eva; MARCONI, Marina. *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo, Atlas, 2006.
- LARAIA, Roque de Barro. *Cultura: Um conceito antropológico*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1999.
- MAGAZINE: *Ralph Justino, idealizador do Festival Internacional de Cultura e Gastronomia*. Disponível em < <http://www.gastromania.com.br/revista.asp?codigo=34> > Acesso em: 10 de junho de 2009.
- MARTINS, José de Souza. Entrevista a revista Memória, Departamento Histórico da Eletropaulo, julho/dezembro de 1993. São Paulo.
- MARTINS, Clerton. *Identidade: percepção e contexto*. In: MARTINS, Clerton. Turismo, Cultura e Identidade. São Paulo, Roca, 2003.

- PALOMO, M.F. *Economia Turística*. Tese de Doutorado. Madri, 1979.
- MAX-NEEF, M. A. *Projeto Tiradentes – Capacitação Profissional e Revitalização de Cidades de Tamanho reduzido*. Tiradentes/MG, 1980. 28p. mimeo.
- MAMEDE, Vera Sylvia de Matos Dourado. *Participação e desenvolvimento do turismo local*. In: MARTINS, Clerton. *Turismo, Cultura e Identidade*. São Paulo, Roca, 2003.
- MERCER, D. *A difícil relação entre o turismo e a população nativa: a experiência da Austrália*. In: THEOBALD, W. (org.). *Turismo Global*. São Paulo: SENAC, 2002, p. 117-144.
- Mostra de Tiradentes – Tiradentes MG. Disponível em <
<http://www.mostratiradentes.com.br/mostra/12m/htms/index.asp>. > Acesso em: 27 de março de 2009.
- Mostra de Tiradentes – Tiradentes MG. Disponível em <
<http://www.mostratiradentes.com.br/tema-central.php?menu=prog&sub=tc>) > Acesso em: 15 de março de 2010.
- MURPHY, P. E. *Tourism: A community approach*. Londres: Routledge, 1985.
- NASCIMENTO, M. A. *Impactos sociais negativos causados pela atividade turística na cidade de Tiradentes – Minas Gerais*. São João Del Rei: Ed. IPTAN, 2005.
- NASH, Dennison. “*Tourism as na anthropological subject*”. *Currenty Anthropology* ° 5, v. 22, outubro, 1981, p. 462 – 481.
----- *Anthropology of tourism*. Nova York: Pergamon, 1996.
- NEVES, Berenice A.C. *Patrimônio Cultural e identidades*. In: MARTINS, Clerton. *Turismo, Cultura e Identidade*. São Paulo, Roca, 2003.
- NETO, Kiko. *Roteiro Turístico de Tiradentes*. Secretaria Municipal de Turismo, ADM 2005/2008.

- OLIVEIRA, Fernando Vicente de. *Capacidade de Carga nas Cidades Históricas*. Campinas: Papirus, 2003.
- OLIVEIRA, Jorge dos Santos. *Subsídios visando a elaboração de um plano diretor para o município de Tiradentes – MG*. UFRJ. Tese de doutorado. 2004.
- Organización Mundial del Turismo. *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT, 1998
- Organización Mundial del Turismo. *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid: OMT, 1999.
- Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Pró-Reitoria de Graduação. *Padrão PUC Minas de normalização: normas da ABNT para apresentação de trabalhos científicos, teses, dissertações e monografias / Elaboração*. Helenice Rêgo dos Santos Cunha. Belo Horizonte: PUC Minas, ago. 2006. 56p.
- PAIVA, Maria das Graças de Menezes V. *Sociologia do Turismo*. Campinas, Papirus, 2003.
- PELLEGRINI FILHO, Américo. *Ecologia, cultura e turismo*. Campinas, Papirus, 2000.
- PELLEGRINI FILHO, Américo. *Turismo Cultural em Tiradentes*. São Paulo, Manole, 2000.
- RODRIGUES, A. *Turismo local: oportunidades para inserção*. In. RODRIGUES, A.(org.) Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: Hucitec, 2000, p. 55-64.
- RODRIGUES, Simone. *Identidade cultural e território na cidade de Tiradentes – MG*. Revista Espaço do Turismo, n. 2, 2007. Disponível em <<http://www.projetu.com.br/Simone%20Geografia.pdf>> Acesso em: 01 de março de 2010.
- SALGADO, Mara; FRANCISCATTI, Kety Valéria Simões. *Reflexões Acerca do Fazer Artesanal: o artesão e a expropriação do mundo do trabalho*. In: XIV Encontro Nacional da ABRAPSO Diálogos em Psicologia Social: Epistemológicos, Metodológicos, Éticos,

Políticos, Estéticos, Políticas Públicas, 2007, Rio de Janeiro. Anais do XIV Encontro Nacional da Abrapso - Associação Brasileira de Psicologia Social : Diálogos em Psicologia social. Rio de Janeiro: ABRAPSO NACIONAL / Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), 2007.

- SALGADO, Marina. *Legislação X Paisagem Urbana – Estudo de caso na cidade de Tiradentes, MG*. In: XVI Congresso Nacional CONPEDI, 2007, Belo Horizonte. Anais do CONPEDI- Belo Horizonte, 2007. Disponível em <http://www.conpedi.org/manaus/arquivos/anais/bh/marina_salgado.pdf > Acesso em: 01 de fevereiro de 2010.

- SANTOS, José. *O que é cultura?* São Paulo, Brasiliense, 1983.

- SANTOS, Milton. Encontro Nacional realizado em Aracaju, pela Associação Nacional de Pós-Graduação em Geografia. Mesa-redonda “*A redefinição do lugar*”. set. de 1995.

- SANTOS, Milton. *Ensaio de Geografia Contemporânea*. Obra revisada/organizada Ana Fani A. Carlos. São Paulo: Hucitec, 2001. 19-26

- SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Cortez, 2007.

- SILVEIRA, Gilmar Teixeira. *Impactos do Turismo no Carnaval de Tiradentes: A Visão da Comunidade*. IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL - Universidade de Caxias do Sul – Mestrado em Turismo - Caxias do Sul, RS, Brasil – 7 e 8 de Julho de 2006. Disponível em <http://www.ucs.br/ucs/tp1SemMenu/posgraduacao/strictosensu/turismo/seminarios/arquivos_4_seminario/GT04-5.pdf > Acesso em: 01 de fevereiro de 2010.

- Tylor, Edward B. *Primitive Culture*. 2 vols. 7th ed. New York: Brentano's, 1871.

APÊNDICES

APÊNDICE A: Calendário de eventos

De acordo com Pellegrini Filho (2000), sítios da prefeitura de Tiradentes e *folders* da cidade seguem abaixo o calendário de eventos:

Janeiro: Festival de Cinema Brasileiro. (em 2000 foi realizado pela terceira vez) e dia dezanove, o aniversário da cidade.

Fevereiro: data móvel – carnaval de ruas, com blocos tradicionais e grupos de músicas contemporâneas.

Março / abril: data móvel – Semana Santa (evento tradicional na cidade, com destaque para o Descendimento da Cruz e a imagem articulada de Jesus; retirada da cruz e colocada em esquife, para a procissão).

Abril: dias 11 e 12 - Encontro de Arte e Cultura e 17 a 21 - Semana de Arte e Inconfidência.

Maió/ junho: data móvel – Festa da Santíssima Trindade (cinco dias antes do Corpus Christi) – festa católica com novenas, missas e procissões. É uma festa popular que possui barracas de roupas, bebidas e salgados e o Festival de Harley-Davidson (último fim de semana de junho). Período do dia 25 a 29/06 – Festival de Motos Clássicas (Bike Fest).

Julho: data móvel – Festival de inverno (última quinzena do mês) e Julho Cultural.

Agosto: Festival Internacional de Cultura e Gastronomia (2º quinzena) – em 1999, foi realizado pela segunda vez.

Setembro: Festa do Bom Jesus da Pobreza, no dia 14, dia da Exaltação da Santa Cruz; comemorações centralizadas na igreja desse orago (largo das Forras). Festa de Nossa Senhora das Mercês, no dia 24. Dia 7 – Independência e 18 a 20 - Seminário Sindloc MG.

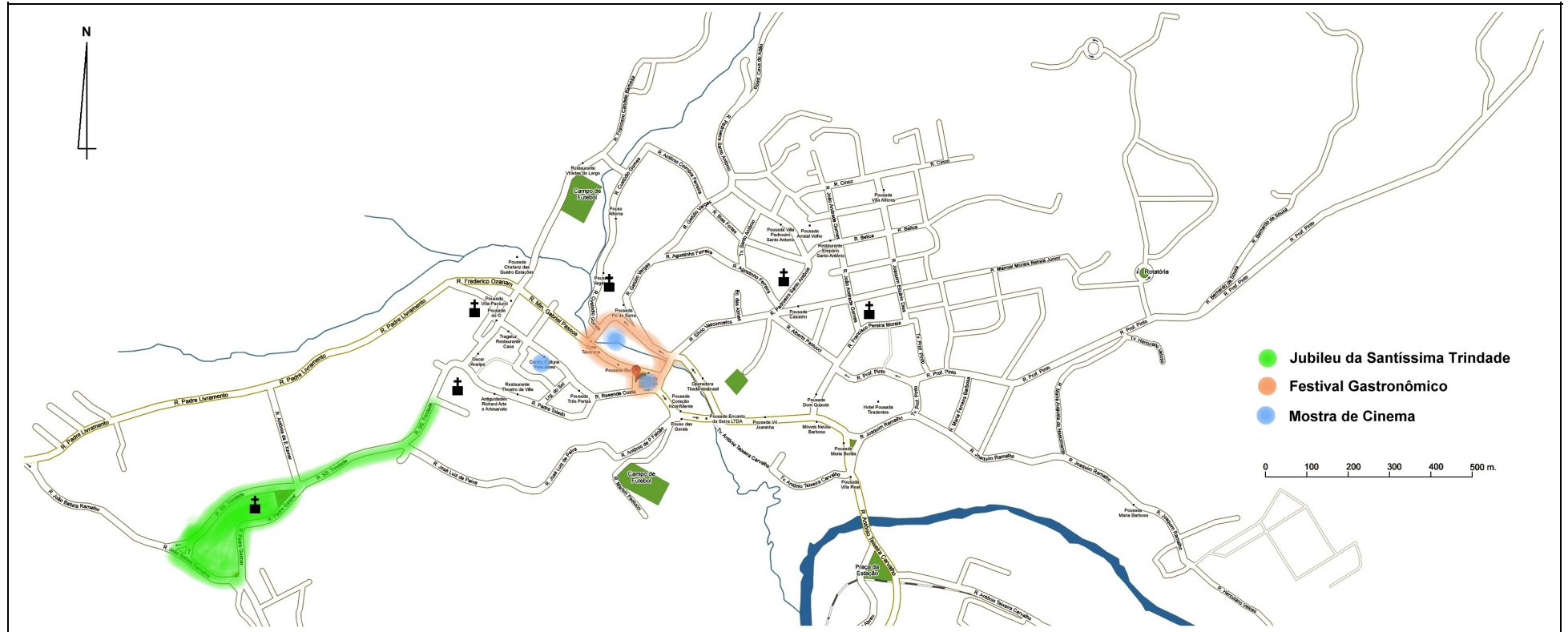
Outubro: data móvel – Festival dos Cavalos Campolina; Festa do carro de boi e Tropeiro e 10 a 12 - Dia das crianças.

Novembro: dia 02 – Finados; Comemoração a Proclamação da República.

Dezembro: Natal.

APÊNDICE B: MAPA- EVENTOS CULTURAIS EM TIRADENTES MG

EVENTOS CULTURAIS EM TIRADENTES - MG



FONTE: <http://maps.google.com.br/maps?hl=pt-BR&ie=UTF-8&tab=wl> <Acesso em 25/02/2010> (Adaptado)

Autor: Érico Anderson de Oliveira

APÊNDICE C - Roteiro de entrevistas aplicado em Tiradentes MG, nos dias 6 e 7 de junho de 2009 – Jubileu da Santíssima Trindade.

Roteiro de entrevistas aplicado em turistas, residentes, romeiros, equipe organizadora do evento e barraqueiros.

- 1) Onde você nasceu?
- 2) Onde você mora?
- 3) Qual é a sua profissão?
- 4) Há quanto tempo você participa do Jubileu da Santíssima Trindade? De que forma você participa? Quais atividades que você participa?
- 5) Qual o significado que o Jubileu da Santíssima Trindade tem em sua vida?

APÊNDICE D - Roteiro de entrevistas aplicado em Tiradentes no dia 28/06/2009 – Festival Gastronômico de Tiradentes MG

Perguntas para a população local

1. Você mora em Tiradentes desde quando?
2. Onde você mora?
3. Onde você trabalha?
4. Caso esteja trabalhando no Festival Gastronômico, qual a sua função no evento? Há quanto tempo você trabalha no evento?
5. A organização do Festival divulga o evento para a população participar da programação?
6. A população participa do evento? De que forma?
7. Você gosta do evento?
8. Você acha que o evento retrata a identidade da população?
9. Você acha que a organização do evento está mais preocupada com os turistas ou com a população local? Por que?
10. O Festival está mudando no decorrer dos anos?
11. O que mudou na sua vida desde o início do Festival em Tiradentes?

12. Você considera o turismo responsável pelas mudanças sociais que a cidade vem sofrendo? Por que? Você acha estas mudanças positivas ou negativas?

Perguntas para os turistas

1. Onde você mora?
2. O que está achando do Festival?
3. A população da cidade é acolhedora?
4. Você teve contato com algum morador de Tiradentes? Onde?
5. Como você percebe a interação da população no evento?
6. Você acha que o evento retrata a identidade de Tiradentes?
7. É a primeira vez que vem para o Festival? O que mudou?
8. Você acha que a população local possui condições para participar da programação do evento?
9. Na sua percepção, qual o tipo de turista que o evento capta: A, B ou C?

APÊNDICE E - Roteiro de entrevistas aplicado apenas na população sobre o Festival Gastronômico, Mostra de Cinema, Jubileu da Santíssima Trindade e Semana Santa.

Foram realizadas 20 entrevistas nos dias 11 e 12 de novembro de 2009.

- 1) Onde você nasceu?
- 2) Onde você mora? Qual o bairro?
- 3) Qual é a sua profissão?
- 4) Você já participou do Jubileu da Santíssima Trindade? Quais atividades que você participa? De que forma você participa?
- 5) O que você mais gosta no Jubileu? E o que você menos gosta?
- 6) De acordo com sua percepção, quem participa do Jubileu?
- 7) De acordo com sua percepção, este evento proporciona benefícios para Tiradentes? De que forma?
- 8) Desde que você conhece o Jubileu, ele sempre foi assim, ou ele vem sofrendo mudanças? Quais? Por quê?

ANEXOS**ANEXO A – 13º Mostra de Cinema de Tiradentes MG - 2010**

ANEXO B – Semana Santa de Tiradentes MG - 2009

ANEXO C – Programação do Jubileu da Santíssima Trindade de Tiradentes MG – 2009

ANEXO D – XII Festival Gastronômico de Tiradentes MG - 2009

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)