UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO – *STRICTO SENSU*
MESTRADO EM TURISMO

POSSIBILIDADES E LIMITAÇÕES DO TURISMO ÉTNICO: A PRESENÇA ÁRABE EM FOZ DO IGUAÇU

POLIANA FABÍULA CARDOZO

CAXIAS DO SUL
2004

POSSIBILIDADES E LIMITAÇÕES DO TURISMO ÉTNICO: A PRESENÇA ÁRABE EM FOZ DO IGUAÇU

POLIANA FABÍULA CARDOZO

Dissertação de Mestrado apresentada como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Turismo. Linha de Pesquisa: Planejamento e Gestão do Turismo

Orientadora:
Profa. Dra. Susana de Araújo Gastal

CAXIAS DO SUL

2004

“Possibilidades e Limitações do Turismo Étnico:

A presença árabe em Foz do Iguaçu”

Poliana Fabíula Cardozo

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo, Área de Concentração: Desenvolvimento do Turismo.

Caxias do Sul, 5 de janeiro de 2005.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Susana de Araújo Gastal (orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. José Carlos Köche
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Mário Carlos Beni
Universidade de Caxias do Sul

Prof. Dr. Rafael José dos Santos
Universidade do Sul de Santa Catarina

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, Marilda e Clóvis, que me permitiram alçar vôos cada vez mais altos.

AGRADECIMENTOS

Ao longo da trajetória deste Mestrado, muitas foram as pessoas que me auxiliaram e me permitiram a realização deste trabalho. Neste espaço, quero agradecer:

A minha orientadora, Susana, que me guiou para além da dissertação, me descortinou um mundo novo, deu sua atenção e dedicação incondicionais ao trabalho e seguirá sendo minha amiga e conselheira.

Ao amigo Luiz Fernando, que organizou os mapas neste trabalho utilizados, e me deixando também sempre em contato com o *oikos*.

Ao Sr. Mhamad Mahmoud Ismail e ao Sr. Kaled Ahmad Barakat, que me abriram portas na comunidade árabe, das suas vidas e das suas memórias, bem como a todos os entrevistados, que aqui não podem ser nominados.

Ao *Sheikh* Taléb Jomaa e à sua esposa Arwa Maiss, pela amizade e pelo apoio incondicional desde sempre.

Àqueles que, com amizade, confiança, sorrisos e carinho deixaram o caminho mais leve: Luciane Sariolli, Ricardo Borsato, Darvin Andrade, Ana Biesek, Mariana Aldrigui, Gilce Zelinda Battistuz, Taís Abel, Neha e Kamal Nagraj e Aracelli Morokawa.

Aos professores, que me fizeram ver para além do turismo e da dissertação e me deram estímulos para seguir na academia; desses ficarão a amizade, o carinho de sempre e os ensinamentos: Dra. Margarita Barretto, Dra. Mirian Rejowski, Dr. José Carlos Köche, Dra. Suzana de Conto, Dra. Beatriz Maria Kother e Dr. Antônio Cunha.

A minha família, cujos suportes foram sempre imprescindíveis.

Bismillah u Raham u Rahim.

“Yo creía que la ruta pasaba por el hombre, y que de allí tenía que salir el destino.”

Pablo Neruda

RESUMO

Este estudo, intitulado: *Possibilidades e limitações do turismo étnico: a presença árabe em Foz do Iguaçu*, trata de pesquisa exploratória, que tem por objetivo analisar as possibilidades de contribuição da etnicidade árabe presente em Foz do Iguaçu/Paraná, na composição e oferta de produtos turísticos na cidade. A etnicidade árabe em Foz do Iguaçu é fruto da imigração libanesa em especial, mas também das presenças síria e palestina, cujo fluxo foi acentuado durante os anos de 1980. A pesquisa propõe um resgate bibliográfico acerca dos conceitos *etnia* e *etnicidade*; *turismo*; *produto turístico*; e *turismo étnico*, para, com eles construir o marco teórico. Para aprofundar a análise, a pesquisa ainda propõe contextualizar a cultura árabe e a imigração desse povo para o Brasil, em especial, o fluxo orientado a Foz do Iguaçu. As categorias estudadas sobre a arabicidade na cidade são: Arquitetura, Festividade, e Gastronomia, para uma posterior análise do seu potencial turístico. Dentro do corte qualitativo da pesquisa, como metodologia, foram utilizadas entrevistas despadronizadas e focalizadas nas três categorias de análise e nos grupos artísticos com imigrantes árabes e seus descendentes, como também foi realizado inventário do patrimônio étnico árabe dentro das categorias propostas De modo a caracterizar a etnicidade sobre o viés das categorias estudadas. Como resultados prévios, as entrevistas indicam as especificidades da etnicidade árabe em Foz do Iguaçu, assim como possibilidades de aproveitamento turístico, inserindo-as nas tendências de turismo apontadas pela academia científica e mercado.

PALAVRAS CHAVE: Etnicidade, Turismo Étnico, Produto Turístico, Comunidade Árabe de Foz do Iguaçu.

ABSTRACT

This essay, entitled: *Possibilities and limitations of the ethnic tourism: the Arab presence in Foz do Iguaçu* (Possibilidades e limitações do turismo étnico: a presença árabe em Foz do Iguaçu), constitutes an exploratory research which aims to analyze the contribution possibilities of the Arabic ethnicity present in Foz do Iguaçu/PR, as a component of the city tourist product and tourist offer. The Arabic ethnicity in Foz do Iguaçu results from the Lebanese immigration, especially, but also from Syrian and Palestinian presence, whose flow was accentuated during the 1980's. This research proposes a bibliographical rescue of ethnical and ethnicity concepts; tourism; tourist product and ethnic tourism; as to build the theoretical mark. In a further analysis, the essay tries to contextualize the Arabic culture present in Foz do Iguaçu as a result of the immigration flow guided to this city. Arabicity elements considered in this study were Architecture, Festivity and Gastronomy, leading to subsequent analysis of its tourist potential. As for the qualitative cut, the not standardized interviews were focused in three different categories of analysis methodology interviews randomized were used and focused in the three analysis categories and artistic groups with Arab immigrants and their descendants, as well as an also inventory of the Arab ethnic patrimony was accomplished inside of the proposed variables in order to characterize the ethnicity inclination on the inclination of the proposed variables. As previous results the interviews indicate the specificities of the Arab ethnicity in Foz do Iguaçu, like this possibility of tourism use, inserting in the pointed tendencies of tourism for the scientific academy and trade

KEY WORDS: Ethnicity, Ethnic Tourism, Tourist Product, Arab Community in Foz do Iguaçu.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 PERFIL DOS ENTREVISTADOS 30

QUADRO 2 FESTIVIDADES ÁRABES EM FOZ DO IGUAÇU 32

QUADRO 3 GASTRONOMIA ÁRABE EM FOZ DO IGUAÇU 33

QUADRO 4 MANIFESTAÇÕES ARTÍSTICAS ÁRABES EM FOZ DO IGUAÇU 34

QUADRO 5 BENS ARQUITETÔNICOS ÁRABES EM FOZ DO IGUAÇU 34

QUADRO 6 MOVIMENTO MIGRATÓRIO ÁRABE PARA O BRASIL 102

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 10
2 METODOLOGIA 16
3 ETNICIDADE E TURISMO 36
3.1 ETNIA E ETNICIDADE 36
3.2 TURISMO ÉTNICO 46
3.2.1 Turismo cultural e turismo étnico 48
3.2.2 Turista e turismo étnico 54
4 OFERTA E PRODUTO TURÍSTICO ÉTNICO 58
4.1 OFERTA TURÍSTICA 58
4.1.1 Atrativo e recurso 64
4.2 PRODUTO TURÍSTICO 66
4.2.1 Tendências para produtos turísticos 69
5 CONSIDERAÇÕES SOBRE A CULTURA ÁRABE 74
5.1 A RELIGIÃO MUÇULMANA 76
5.2 CULTURA ÁRABE 78
5.2.1 Arquitetura e urbanismo árabe e islâmico 78
5.2.2 Família árabe 81
5.2.3 Língua 83
5.2.4 Trajes tradicionais 86
5.2.5 Festividades, danças e música 88
5.2.6 Gastronomia 94
6 ÁRABES NO BRASIL 100
6.1 Imigração Árabe Em Foz Do Iguaçu 103
6.1.1 Festividades da comunidade árabe em Foz do Iguaçu 108
6.1.2 Grupos Artísticos Árabes em Foz do Iguaçu 114
6.1.3 Arquitetura árabe em Foz do Iguaçu 118
6.1.4. Gastronomia árabe em Foz do Iguaçu 122
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS 131
REFERÊNCIAS 138
BIBLIOGRAFIA CONSULTADA 145
ANEXOS 155
GLOSSÁRIO 166

1 INTRODUÇÃO

As reflexões sobre cultura e os conceitos que essas encaminham têm contribuído sobremaneira para o entendimento e a contextualização da contemporaneidade, especialmente no sentido da sua dinamização e a forma com que as comunidades protegem e preservam suas manifestações culturais e os produtos delas provenientes.

No momento atual, a cultura pode ser entendida de forma plural, em razão das diversas facetas de suas manifestações, gerando comportamentos.Já não haveria *cultura* (no sentido de hegemonia ainda que em nível local), mas sim *culturas*. A respeito disso, Teixeira Coelho (2004) explica que *cultura hegemônica* seria um conceito e uma realidade em franca decadência, sob o viés da produção e do consumo das mais variadas formas de cultura, darem-se de forma múltipla, e não única ou estanque. Significa, olhar manifestações do cotidiano como: a gastronomia, festividades e mesmo os falares na sua carga de inventividade e construção simbólica específica, portanto, cultural.

Nesses termos, a pluralização cultural aliada a etnicidade permite encaminhar teorizações sobre a prática diária, além de questionar o próprio conceito de étnico e etnicidade. Em razão de o conceito estar ligado à preservação de características, manifestações e produtos culturais próprios de um povo ou de uma comunidade, percebidos em situações sociais que diferem das suas próprias (contextos de diferença). Acirra-se o debate para além da etnicidade em si, para as possibilidades

de sua apropriação pelo turismo.

A preservação aqui mencionada tem o sentido de enraizamento e reenraizamento, ao considerar a etnicidade a partir de grupos autóctones ou imigrantes e suas *culturas transplantadas*. É relacionar o modo com que imigrantes organizam suas comunidades, com seus costumes estrangeiros permeados por costumes locais, e como passam para suas descendências essa (nova) cultura. Ainda é possível pensar em termos de preservação e de cultura a maneira com que essas descendências absorvem e lidam com esses costumes da comunidade imigrante em flagrante com seus costumes já locais.

A apropriação pelo turismo encaminha à difícil relação entre visitantes e visitados. Se essa relação é tensa, haja vista o observado pelos registros da bibliografia, no caso de similaridades culturais, pode-se supor um conflito aprofundado no caso de manifestações culturais específicas, ou não?

No contexto da globalização, se dá especial destaque aos movimentos migratórios, pois, em paralelo aos deslocamentos do capital, reside o incentivo ao deslocamento dos fluxos de mão-de-obra. Como as pessoas não viajam sozinhas: vão carregadas de suas culturas de origem; pode-se dizer que, no momento contemporâneo, mesmo as culturas se constituem de fluxos flutuantes. Nesse sentido, por cultura devem-se considerar suas manifestações tais como: gastronomia, festividades, música, dança, arquitetura, falares e tantas outras passíveis de identificar um povo. É dizer, na atualidade com os fluxos de imigrantes cada vez mais intensos, pode-se pensar em culturas igualmente migrantes, que acompanham indissociavelmente seu povo, caracterizando-o.

A forma com que esses imigrantes formam suas comunidades e organizam seus modos de vida agregando aos conhecimentos do lugar de origem os adquiridos na nova sociedade bem como, a maneira com que passam às novas gerações os costumes trazidos e como essas os (re)constroem (se) permeadas pelos costumes locais, constituem-se em novas formas de etnicidade, em sincronia com o momento pós moderno da cultura, levando à reflexões não apenas sobre os constantes fluxos migratórios, mas também sobre a cultura (como modo de vida com significado e produto para as comunidades) no singular e no plural. Esse plural da cultura é visto em consistência com o momento em que o modo de vida de uma comunidade se combina ou se permeia com o de outro, gerando novos produtos e significados culturais.

Essas (re)construções étnicas têm despertado o interesse do turismo, por possibilitar mostrar ao visitante aspectos culturais distintos do seu cotidiano próprio, sem necessariamente recorrer a longos deslocamentos. A presença na localidade, receptora e detentora de produtos turísticos étnicos lhe confere características únicas, aumentando seu poder de atração em relação à demanda, essa motivação por produtos étnicos será verificada e apontada, no corpo do trabalho, como uma tendência.

Como inquietações teóricas a nortear a pesquisa apresentam-se os fluxos migratórios; seus processos de (re)enraizamento; a conseqüente (re)construção de etnicidades, no sentido de patrimônio cultural étnico; e a sua possível apropriação pelo turismo. Nesse sentido, a cidade de Foz do Iguaçu foi escolhida para estudo de caso por ser detentora de fluxo de visitantes contínuo e haver recebido levas de imigrantes que (re)construíram sua etnicidade lá, havendo destarte, possibilidade de

pesquisa no sentido de fruição turística no aspecto dessas (re)construções. Mas, refere-se, não esgotando o assunto, ao contrário: apontando possibilidades e potencialidades, assim como fragilidades; aplicáveis ou não a outros destinos turísticos.

Foz do Iguaçu é uma cidade de 270 mil habitantes, com população composta por pessoas vindas de diferentes Estados da federação, motivadas principalmente pela construção da Usina Hidrelétrica de Itaipu Binacional durante os anos de 1970 e por pessoas vindas de cerca de cinqüenta e sete países diferentes, segundo dados da Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu (2004). Desse encontro de culturas, se construiu a identidade cultural iguaçuense. Esta diversidade étnica e sua influência no cotidiano da comunidade local podem motivar a realização de trabalhos acadêmicos de pesquisa, e o planejamento de atividades que mostrem as evidências mais acentuadas das etnias e culturas ali representadas.

De todas as etnias presentes na cidade, a árabe, em sua maioria composta por libaneses e sírios, pode ser considerada das mais expressivas, tanto em número de indivíduos como pelos marcos de seu patrimônio cultural no tecido urbano. As evidências da expressão do patrimônio étnico árabe em Foz do Iguaçu podem ser demonstradas pela presença de: mesquitas, clube, restaurantes, comércio, festividades, e, sua presença propriamente dita.

A atividade turística de Foz do Iguaçu, atualmente, está apoiada nos atrativos: de Natureza (Parque Nacional do Iguaçu, Cataratas do Iguaçu, Bosque Guarani, Parque das Aves, Ecomuseu, Lago de Itaipu); técnicos científico (Itaipu Binacional e Subestação de Furnas); e eventos programados e congressos. Entretanto, considerando sua estrutura urbana, equipada com: vias e terminais de acesso;

transportes; serviços de agenciamento, hotelaria e restauração; áreas de entretenimento e compras; parques, praças e logradouros, a cidade de Foz do Iguaçu pode apresentar condições para a fruição turística de seus atrativos culturais, incrementando e diversificando a oferta de produtos já existente e revelando sua variedade étnica cultural aos visitantes.

Nestes termos e norteado pela questão de pesquisa – que trata das possibilidades de propostas de produtos culturais étnicos árabes, a partir de seu patrimônio cultural na cidade de Foz do Iguaçu – o trabalho estrutura-se em três grandes momentos: o aprofundamento da reflexão metodológica, o resgate e construção teórica e sua apropriação como produto turístico, e por fim, o estudo de caso focado na presença árabe em Foz do Iguaçu.

No que se refere à metodologia de pesquisa utilizada, bem como sobre seu corte qualitativo, é discutido o problema de pesquisa, os objetivos, hipóteses e categorias de análise. Em resposta ao problema de pesquisa, foi utilizado como procedimento metodológico observação direta intensiva, realizada por meio da técnica de entrevista despadronizada e focalizada e de inventário.

Essas técnicas tinham como foco o patrimônio étnico árabe e as categorias de análise propostas pela pesquisa: arquitetura; gastronomia; e festividades. Essas categorias demonstram aspectos da etnicidade árabe em Foz do Iguaçu, mas não são os únicos possíveis, tampouco as únicas manifestações culturais árabes naquela cidade encontradas. Foram selecionadas por serem passíveis de fruição turística imediata, e destacarem-se por peculiar atratividade.

O terceiro capítulo trata da teorização a respeito de *etnia* e *etnicidade* e suas implicações na contemporaneidade, a reflexão contida na questão sobre a etnicidade do autóctone e do transplantado (imigrante). Num segundo momento, parte-se para a reflexão e conceituação do enlaçamento de etnicidade e turismo, para, então, tratar das conceituações de *turismo étnico*.

O quarto capítulo trata de *oferta turística* e *produto turístico*. Além dos seus conceitos, são abordadas as tendências contemporâneas apontadas por especialistas.

No quinto capítulo, são abordadas considerações sobre a cultura árabe de maneira geral e, em especial, as festividades, a arquitetura e a gastronomia, para somente então dar destaque maior a essas manifestações, ocorridas no âmbito da etnicidade árabe em Foz do Iguaçu no sexto capítulo, o qual trata da imigração árabe para o Brasil, focalizando-a nessa cidade, bem como suas construções culturais nesse ambiente. É também nessa etapa do trabalho que será feita a análise das entrevistas e do inventário utilizados como procedimentos metodológicos.

As considerações finais desta dissertação não apenas buscam responder à questão de pesquisa, mas também de apontar lacunas nas teorizações estudadas, não encerrando e nem esgotando o tema, mas despertando e instigando a novas reflexões e teorizações sobre os assuntos estudados, especialmente a etnicidade e o turismo.

2 METODOLOGIA

O turismo manifesta-se como um fenômeno social, caracterizado pelos múltiplos processos implícitos na realização de uma viagem, tendo como centro o sujeito que se desloca e o atendimento às suas necessidades daí advindas. Na busca por entender o fenômeno, as reflexões mais antigas caracterizavam-se por buscar entender as inúmeras tipologias e atender aos mais variados desejos e necessidades dos viajantes. Falava-se em turismo religioso, de saúde, esportivo, cultural, eqüestre, rural, urbano, ecológico, e até outros mais recentes como, por exemplo, os turismos espacial e submarino. Contudo, essas categorizações nem sempre deram conta de entender a atividade, o que só foi alcançado com avanços teóricos do campo. O turismo como atividade não é estanque, e nem limitado a uma única aproximação. Todavia, se lança mão dessas tipologias, não apenas como apelos de divulgação e vendas, mas também para buscar entender suas especificidades da atividade e melhor trabalhar com as mesmas.

Dentro desse entendimento, um olhar sobre a etnicidade e o turismo é lançado, e por meio desses estudos espera-se associar o turismo à adequada fruição do patrimônio étnico, gerando benefícios aos participantes desse processo, no sentido de valorizar, conhecer e compreender o outro, o diferente, o estrangeiro na sua identidade e cultura. Sobre a valorização da identidade, Barretto (2003, p. 45) coloca que “recuperar ou manter a identidade, a cor local, aparece neste final de século como uma necessidade generalizada em face da globalização”.

Sob uma perspectiva dinâmica e cambiante, na qual os meios de informação colocam-se como uma ferramenta básica e imprescindível para a vida no século XXI, os motes de globalização e pós-industrialismo acenam como caminhos a serem percorridos pelo Ocidente. Atrelados a esses aspectos, os acontecimentos de 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos, e a conseqüente questão desse país contra a *guerra do terror*, levando-o a invadir o Afeganistão e o Iraque e, no mesmo contexto, que teriam levado aos acontecimentos de 11 de março de 2004, na Espanha, muitos padrões estabelecidos têm sido questionados. Como desdobramento ainda, coloca o mundo árabe em maior evidência na mídia internacional, uma vez que as suspeitas por tais ataques recaíram sobre grupos árabes e muçulmanos. Essa evidência nem sempre vem acompanhada da vinculação positiva de informações a respeito do povo árabe e, especialmente da fé islâmica, que, muitas vezes, foi entendida e/ou generalizada como sendo sinônimo de árabe e vice-versa, o que não se verifica.

Dessa forma, algumas reflexões podem ser feitas sobre a negativa promoção da etnicidade árabe, que pode então levar à não-compreensão da mesma pelo mundo ocidental, e o quão prejudicial isso pode resultar para uma comunidade étnica em uma cidade ocidental, como é o caso de Foz do Iguaçu, e a sua contraface, relativa à promoção da identidade étnica árabe, levando em conta seu patrimônio cultural, pela da fruição turística do mesmo.

Definição da área de estudo: Com 270 mil habitantes, Foz do Iguaçu está localizada no extremo Oeste do Paraná, na fronteira do Brasil com o Paraguai e a Argentina, às margens dos rios Paraná e Iguaçu (vide mapa, anexo A). A existência de diversas etnias aí radicadas e a forma pela qual influenciam o cotidiano da

comunidade local podem possibilitar e motivar a realização de pesquisas e planejamento de atividades que mostrem as expressões das etnias radicadas.

Dos grupos étnicos residentes em Foz do Iguaçu, destaca-se o árabe, que é composto (em sua maioria absoluta) por libaneses e sírios, por ser possuidor dos mais expressivos patrimônios étnicos, bem como de um número expressivo de indivíduos, sejam eles imigrantes sejam eles descendentes. Esse foi também um dos primeiros grupos étnicos que chegou à cidade. Essa é a razão pela qual esse grupo foi o escolhido para ser estudado neste trabalho, buscando levar com a análise da questão, à relevância científica ao avanço na teorização sobre o *turismo*, ao buscar aproximação das reflexões sobre etnicidade e como esta pode ser vinculada àquele. Sobre a relevância social, busca ampliar os estudos sobre um grupo estigmatizado no momento atual, por estar relacionado ao terrorismo, à violência e à barbárie, promover e valorizar a etnia árabe em Foz do Iguaçu mediante o conhecimento e o autoconhecimento de suas especificidades, destacando sua cultura e sua contribuição à cultura brasileira, verificando as possibilidades de elas serem incorporadas em propostas de turismo étnico.

O objetivo geral desta pesquisa é: analisar as possibilidades de contribuição da etnicidade árabe na oferta de recursos turísticos étnicos em Foz do Iguaçu.

Os objetivos específicos são:

- contribuição teórica em torno do turismo étnico;

- caracterizar a arabicidade[1] em Foz do Iguaçu sob o viés das categorias de análise propostas;
- apontar as possibilidades de ampliação da oferta de produtos turísticos em Foz do Iguaçu;
- apontar as possibilidades de diversificação da oferta de produtos turísticos em Foz do Iguaçu; e
- analisar quais são os aspectos da cultura árabe em Foz do Iguaçu que podem agir como produtos turísticos.

Delimitação do problema de pesquisa: Foz do Iguaçu é um dos principais portões de entrada para o Parque Nacional do Iguaçu, um dos maiores parques nacionais do País, tendo sido reconhecido pela Unesco como Patrimônio Natural da Humanidade. O Parque Nacional do Iguaçu, tendo nas Cataratas do Iguaçu seu principal atrativo, é, sem dúvida, a principal motivação do movimento turístico da cidade, embora não seja a única; outras atrações também merecem destaque: Usina Hidrelétrica de Itaipu Binacional; Ecomuseu de Itaipu Binacional; Refúgio Biológico Bela Vista; Parque das Aves; Bosque Guarani; Lago de Itaipu; Marco das Três Fronteiras; Espaço das Américas; e mais: os eventos programados também merecem destaque na atração de visitantes à cidade (SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE FOZ DO IGUAÇU, 2004). Não é difícil perceber que grande parte dos atrativos turísticos da cidade está relacionada à Natureza, fazendo com que a cidade se destaque como destino turístico ecológico. Contudo, a cidade conta com uma significativa diversidade étnica e cultural, o que pode incentivar estudos para a

[1] Enquanto o termo não está totalmente estabelecido e não há um consenso sobre seu uso, optou-se por usar arabicidade e não arabidade.

formatação de produtos turísticos com esse tema, variando desse modo a sua oferta turística.

Os diferentes grupos étnicos residentes na cidade de Foz do Iguaçu – latino-americanos, europeus, japoneses, chineses, taiwaneses e os próprios árabes a serem citados como exemplo – fazem dela uma cidade multicultural no sentido de ser multiétnica. Os fluxos de imigrantes encaminharam-se para Foz do Iguaçu motivados pelas perspectivas positivas de enriquecimento rápido e fácil com o comércio do país vizinho, o Paraguai. O enriquecimento se deu em alguns casos, e a grande maioria dessas pessoas nunca mais deixou a cidade, formando ali suas famílias e, em muitos casos, até comunidades inteiras.

Parte das evidências da expressão étnica árabe pode ser demonstrada pelo seu patrimônio étnico, que se apresenta em mesquitas, clube, restaurantes, lojas e escolas e também pode ser expresso pela gastronomia, costumes e festividades; sobretudo, essa expressão pode ser demonstrada pela presença desse imigrante e de seus descendentes e pela forma com a qual mantiveram sua cultura de origem e absorveram a cultura local, formando sua etnicidade. Conjuntamente, esse patrimônio reúne elementos próprios, que, organizados de maneira específica, podem mostrar e promover, positivamente, a etnicidade árabe e também parte dos elementos multiétnicos de Foz do Iguaçu.

Formulação do problema: A existência do patrimônio étnico árabe na cidade de Foz do Iguaçu pode ser considerado potencial recurso turístico, passível de integrar propostas de produtos turísticos na cidade?

Hipótese: O patrimônio étnico da imigração árabe na cidade de Foz do Iguaçu pode ser caracterizado como recurso de produto turístico.

Metodologia de Pesquisa: a metodologia utilizada para compreensão e análise do problema e das hipóteses é a qualitativa. Dencker (2001, p. 97) ensina que essa pode ser entendia como “a observação dos fenômenos sociais, feita de maneira intensiva, a qual implica a participação do pesquisador no universo de ocorrência desses fenômenos”. O corte qualitativo dessa pesquisa se dá pela necessidade de observação dos fenômenos sociais com os quais está envolvida a comunidade estudada e suas relações com o turismo.

Essa pesquisa tem natureza exploratória, pois aprimora as idéias e reflexões sobre o tema de estudo, clarificando os conceitos abordados e ordenando-os para a compreensão do problema proposto através de sistematização e ordenação dos dados coletados. Caracterizando-se, segundo Salvador (apud LAKATOS e MARCONI, 2002, p. 231), como argumentativa, pois apresenta interpretação das idéias e posicionamento da pesquisadora.

Para a análise do problema de pesquisa e a elucidação da hipótese, primeiramente foi construído o marco teórico, onde foram abordados assuntos pertinentes ao problema. Esse marco foi construído mediante revisão da literatura sobre assuntos relacionados a: *etnia*, *etnicidade*, *turismo étnico* e *produto turístico*. Onde foi utilizado como procedimento metodológico a pesquisa de dados em fontes primárias e secundárias, valendo-se, para tanto, de consulta documental, bibliográfica e revistas científicas (acessadas nas bibliotecas da Universidade de

Caxias do Sul, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, na Universidade Estadual do Oeste do Paraná, na Biblioteca de Turismo Frederico Engel, de Foz do Iguaçu, na Biblioteca da Sociedade Beneficente Islâmica de Foz do Iguaçu, bem como na Secretaria de Turismo de Foz do Iguaçu e na Secretaria de Turismo do Estado do Paraná), para obtenção de informações tanto de caráter qualitativo, quanto de caráter quantitativo disponível.

Os conceitos e reflexões estudadas e interpretadas têm origens diversas dentro das Ciências Sociais, iniciando com reflexões sobre o que é etnia e etnicidade, e refletindo sobre o que são grupos étnicos e suas fronteiras culturais, contextualizando no momento contemporâneo das relações sociais e de migrações, especialmente. No aspecto do turismo, os temas abordados foram os pertinentes às suas relações com a etnicidade, levando ao turismo étnico e as diferenças desse com o cultural; produto turístico, inserido na oferta turística; e as tendências para o setor. Nessa seção do estudo, foram analisados também outros casos onde o turismo apropria-se da etnicidade como produto, bem como trabalhos teóricos que abordam o assunto.

A ao longo da construção do marco teórico foram observadas lacunas no que concerne especialmente ao turismo étnico, e neste sentido foram apontadas reflexões, na tentativa de suprir esta lacuna, baseada nas referências estudadas anteriores ao turismo (etnia, etnicidade, migração).

Para entendimento maior sobre o objeto de estudo, foi realizada pesquisa bibliográfica abordando assunto referentes à cultura árabe e sua imigração pra o Brasil, especialmente o fluxo orientado para Foz do Iguaçu. Com pertinência aos dados referentes à comunidade árabe nessa cidade, vale ressaltar a carência de

material publicado e/ou documental existente a fim de delinear um perfil e/ou histórico da mesma, dessa forma, nesse estudo, foram utilizados dados coletados mediante trabalho de campo, com essa comunidade, anterior. São dados relativos à imigração árabe em Foz do Iguaçu, fruto de pesquisa realizada pela pesquisadora em seu trabalho de conclusão de curso, em 2000. Teve como objetivo delinear o perfil da comunidade árabe na cidade, haja vista a carência de dados sobre ela, e a necessidade que sentiu em conhecer o perfil da mesma para a conclusão de trabalho científico, envolvendo o turismo e aquela comunidade. Os dados foram apresentados em forma de gráficos, quadros e tabelas, bem como se utilizando textualização. O trabalho foi defendido publicamente, tendo sido aprovado pela banca examinadora.

As entrevistas foram aplicados em Foz do Iguaçu: no centro, nos bairros Jardim Jupira e Vila Portes, na saída da mesquita Omar Khatab, às sextas-feiras, na saída de celebração no *husseiniey*, e também houve abordagens no centro de Cidade do Leste (Paraguai). Esses locais foram escolhidos, por concentrar maior fluxo de árabes na cidade. Foram abordados, tanto imigrantes como descendentes, homens e mulheres vivendo na cidade há mais de quatro anos e com mais de 18 anos de idade. As abordagens aconteceram entre maio e junho daquele ano.

Além dos questionários, foi realizado um ciclo de entrevistas com lideranças da comunidade árabe: os dois sacerdotes muçulmanos e os presidentes de associações representativas (Centro Cultural Beneficente Islâmico; Sociedade Beneficente Islâmica; Associação Beneficente Árabe Brasil), com o objetivo de conhecer em profundidade a comunidade e verificar o seu interesse pelo turismo, no que concerne à visitação de turistas aos locais de interesse árabe na cidade.

Nessa coleta de dados, também foi incluída a tomada de fotos do patrimônio arquitetônico, das manifestações de dança, do cotidiano, das celebrações e das manifestações da comunidade árabe na cidade.

Nesse sentido, os dados retomados desse trabalho anterior em conjunto com os coletados na pesquisa de campo dessa dissertação, foram de valia na compreensão não apenas do problema de pesquisa, mas também na forma com que este fluxo organizou-se como comunidade naquela cidade.

Com relação à pesquisa de campo realizada por ocasião desse trabalho, o método utilizado foi a observação direta intensiva, realizada por meio da técnica de entrevista (LAKATOS; MARCONI, 2002) e por meio de inventário do patrimônio étnico árabe.

A entrevista, como técnica de pesquisa, está além do encontro entre duas pessoas: é uma conversação dirigida com a finalidade de obtenção de informações sobre determinado assunto que se pretende analisar. O tipo de entrevista utilizado nesta pesquisa foi o despadronizado focalizado, conforme proposto por Lakatos e Marconi (2002), no qual o entrevistado tem liberdade para direcionar as suas respostas, e o entrevistador conta com um roteiro de tópicos referentes ao assunto que será analisado. Quanto ao registro das respostas deve ser anotado no momento da entrevista, sendo o uso do gravador, embora ideal, não obrigatório (LAKATOS e MARCONI, 2002).

O inventário tem sido utilizado como técnica de pesquisa pelo turismo, podendo ser entendido como o registro sistemático de recursos e bens para avaliação, descrição e ordenação para otimização do uso dos mesmos.

Mediante as das entrevistas e o inventário, pretendeu-se fazer a contextualização necessária para a análise dos dados, delimitando as fronteiras da investigação, pela focalização do problema de pesquisa. Dencker (2001) aponta como importantes as seguintes etapas para o desenvolvimento de pesquisa qualitativa: acesso ao campo de estudo; imersão no problema; e coleta sistemática dos dados.

O objeto de estudo foi caracterizado, sob o viés das categorias analisadas, mediante levantamento de dados por meio de pesquisa de campo composta das seguintes fases:

a) Caracterização da etnicidade árabe na cidade de Foz do Iguaçu, no tocante às categorias de análise mediante as seguintes técnicas de pesquisa:

- inventário;
- registro fotográfico;
- realização de entrevistas.

Para uma melhor análise da hipótese, foram estudadas as seguintes categorias do patrimônio étnico árabe: gastronomia; arquitetura; e festividades. Juntamente com essas serão inseridos grupos artísticos. Entende-se que essas categorias são as passíveis de utilização como produto turístico de imediato, embora, outros aspectos da cultura árabe estejam presentes, tais como: língua falada e escrita e trajes típicos.

b) Avaliação do patrimônio étnico árabe que pode agir como produto turístico.

Técnica de coleta de informação: entrevistas e inventário

a) *Definição e adequação do instrumento*: as entrevistas foram despadronizadas e focalizadas nas três categorias de análise, tendo sido utilizada para o registro das respostas, a anotação imediata, pois essa foi a preferência dos entrevistados. As fichas de inventário foram compostas por campos focalizados nas categorias de análises e nos grupos artísticos (vide anexo B), tendo sido respondidas pelos responsáveis pelo recurso ou por pessoa por eles indicadas e os dados foram registrados pela autora junto a instituições e grupos artísticos.

b) *Estruturação da entrevista*: os tópicos pré-estabelecidos a serem tratados nas entrevistas foram:

Gastronomia: - prato árabe do país de origem: a família já trabalhava no preparo de alimentos; se havia aprendido a cozinhar no Brasil ou lá;

- comparação com o prato árabe servido no Brasil e no país de origem;

- dificuldade no preparo dos pratos árabes no Brasil;

- apreciação da culinária árabe pelos brasileiros.

Arquitetura: - normas corânicas para a construção de edificações islâmicas: quem patrocina essas construções na cidade; a formação/titulação do responsável pela obra; origem do projeto; restrição ou preferência de materiais; restrição ou preferência de cores; caracterização de mesquita; caracterização de *husseiniye*; elementos obrigatórios que deve conter.

- comparação entre a arquitetura árabe na cidade e no mundo árabe;

Festividade: - período, freqüência, onde e o que se celebra;

- a festividade é também realizada no mundo árabe e comparações com a realizada no Brasil;

- que tipos pratos e bebidas são servidos;

- trajes especiais para a festividade;

- se conta com *performances* de músicas e danças;

- o público a que se destina, e público que freqüenta.

As festas também incluem música e dança e, em especial, a atuação de grupos artísticos. Junto a estes procurou-se avaliar: - tipologia e modalidades executadas;

- abrangência do repertório;

- indumentária utilizada: confecção; compra;

- eventos em que se apresentam;

- significados das modalidades para a construção da identidade árabe na cidade.

c) *Estruturação da ficha de inventário*:

Tópicos abordados no inventário por grupo (vide anexo C):

Gastronomia: nome do estabelecimento; tipologia; endereço, telefone, *e-mail* e *site* na internet; ascendência ou nacionalidade do proprietário; capacidade de público e público freqüentador; dia e horário de funcionamento; ingredientes e/ou produtos importados vendidos e/ou utilizados; bebidas e pratos vendidos;

equipamentos; festividades que organiza; ascendência ou nacionalidade do cozinheiro; necessidade, ou não, de alterar alguma receita por falta de ingredientes; histórico familiar no trabalho com culinária árabe.

Festividades: nome da festividade; cunho; local e data de realização; organizadores; abrangência; público a que se destina e que freqüenta; apresentações musicais e de dança; custos da organização; gastronomia servida; ascendência ou nacionalidade dos cozinheiros; tipos de bebida servida.

Grupos artísticos: nome, endereço ano de início das atividades e coordenador artístico; tipologia; coreografia (grupo ou solo); modalidades; abrangência do repertório; ascendência ou nacionalidade dos integrantes; indumentária e figurinos; público; principais eventos em que se apresenta.

Bens arquitetônicos: nome da edificação, endereço, telefone, *e-mail site* na internet e entidade mantenedora; cunho; capacidade de público; público freqüentador; festividades organizadas; data de início e término da construção; horários de funcionamento; equipamentos; possibilidades de abertura para visitação turística e restrições para tal.

Para melhor esclarecimento acerca das conclusões e da análise da etnicidade árabe como produto turístico, serão utilizados como indicadores das categorias já explicitadas, as características de produto turístico: capacidade de atratividade; facilidades oferecidas ao visitante para que possa desfrutar do mesmo; e acessibilidade para chegar e sair. (BAHL, 1994).

Coleta: as entrevistas foram realizadas na cidade de Foz do Iguaçu, em julho de 2003 e em julho de 2004, mediante contato prévio para agendamento com o

entrevistado e o lugar de sua preferência. Todos os entrevistados, antes da entrevista, recebiam explicações sobre a pesquisa, o curso e a universidade. Também assinaram *Termo de Consentimento Livre e Esclarecido* para garantir sua privacidade, autorizando a publicação do conteúdo da entrevista desde que, resguardado seus nomes. Nesse termo havia informações adicionais sobre a pesquisa.

O inventário foi realizado na cidade de Foz do Iguaçu, em julho de 2004.

Definição dos sujeitos: os sujeitos entrevistados foram escolhidos por grupo (arquitetura, grupos folclóricos, festividades, e gastronomia árabe) e pela função que exercem no mesmo, de modo que a entrevista fosse dirigida, primordialmente, ao tema do grupo. Contudo, se o entrevistado desejasse discorrer sobre outros assuntos relacionados à comunidade árabe em Foz do Iguaçu, também seriam colhidas as informações para análise. Os sujeitos foram escolhidos pela notoriedade das suas atividades nos temas, e/ou indicados por outros membros da comunidade árabe de acordo com o quadro a seguir, onde consta o perfil do entrevistado, sua relevância para a pesquisa e dados da entrevista como data e local de realização da mesma.

Quadro 1 - Perfil dos entrevistados

	Gênero	Ocupação	Nacionalidade	Data da entrevista	Local da entrevista	Grupo	Atividade no Grupo
J nome artístico	Feminino	Professora de dança	Brasileira	17/7/04	Em sua escola de dança (presencial)	Grupos Folclóricos	Professora de dança árabe e coordenadora de grupo folclórico árabe
KA	Masculino	Comerciante	Brasileira filho de libaneses	19/7/04	Confeitaria (presencial)	Grupos Folclóricos	Professor de dança árabe e coordenador de grupo folclórico árabe
AK	Masculino	Comerciante	Libanesa	23/7/04	Escola Libanesa Brasileira (presencial)	Arquitetura / Festividade	Diretor da Escola Libanesa e presidente da Sociedade Beneficente Islâmica
MMI	Masculino	Comerciante	Brasileira / filho de libaneses	10/7/03 21/7/04	Ambas em sua loja (presencial)	Festividade	Presidente da Associação Árabe Brasil
KB	Masculino	Engenheiro	Brasileira / filho de libaneses	29/7/04	Em seu escritório (presencial)	Arquitetura	Engenheiro de projetos para a comunidade
AL	Masculino	Proprietário de Restaurante	Libanesa	27/7/04	Em seu restaurante (presencial)	Gastronomia / Festividade	Proprietário de restaurante e organizador de festas árabes
GM	Masculino	Economista	Brasileira / filho de libaneses	5/8/04	Via *e-mail*	Gastronomia	Recentemente viajou para o Líbano
KS	Masculino	Comerciante	Libanesa	10/8/04	Via *e-mail*	Gastronomia	Viveu por 15 anos no Brasil; atualmente vive no Líbano
SM	Masculino	Comerciante	Libanesa	7/8/04	Via *e-mail*	Gastronomia	Viveu por 20 anos no Brasil; atualmente vive no Líbano
AMA	Masculino	Proprietário de restaurante	Libanesa	18/7/04	Em seu restaurante (presencial)	Gastronomia	Proprietário de restaurante
ASR	Masculino	Comerciante	Libanesa	10/7/03	Em seu escritório (presencial)	Arquitetura	Presidente do Centro Cultural Beneficente Islâmico de Foz do Iguaçu
RK	Masculino	Comerciante	Brasileira / filho de libaneses	10/7/03	Em sua loja (presencial)	Arquitetura	Presidente do Clube União Árabe
A	Masculino	Diretor de escola	Libanesa	12/7/03	Em sua escola (presencial)	Arquitetura	Diretor do Centro de Atividades Educacionais Árabe Brasileiro
CO	Feminino	Pedagoga	Brasileira	11/7/03	Na Escola Libanesa Brasileira (presencial)	Arquitetura	Coordenadora Pedagógica da Escola Libanesa Brasileira

Elaborado pela autora

No inventário, foram contemplados todas as edificações com estilos arquitetônicos árabes; todos os grupos artísticos atuantes e sediados na cidade (havia alguns que não mais atuavam e/ou que estavam sediados em Cidade do Leste); todas as festividades apontadas pelos entrevistados; e os estabelecimentos gastronômicos situados na região central da cidade, onde há maior fluxo de turistas, e todos os que tinham o serviço de alimentos preparados como principal atividade (havia outros açougues que serviam alguns pratos a base de carne, mas a principal função era a venda de carnes, e não havia mesas, cadeiras ou qualquer possibilidade de apreciar o alimento no local. Esses açougues podem ser encontrados, tanto no centro da cidade como nos bairros de grande concentração de moradores árabes: Jardim Central, Jardim Jupira e Vila Portes, os quais se caracterizam-se pela venda de *lahme halal* especialmente de frango, boi e carneiro).

A seguir são apresentados quadros para compreensão maior do inventário.

Quadro 2 - Festividades árabes em Foz do Iguaçu

	Aid Al Atha	***Aid Al Ftr***	**Nascimento de *Saída* Fátma**	**Nascimento do Profeta Mohamad**	**Indepen-dência do Brasil**	**Indepen-dência do Líbano**	**Noite Árabe**	**Fenartec**
Cunho	Religioso	Religioso	Religioso	Religioso	Laico	Laico	Laico	Laico
Local de Realização	Mesquita	Mesquita	*Husseiniye*	Mesquita / *Husseiniye*	*Husseiniye*	*Husseiniye*	Hotel Internaci-onal	Centro de Convenções de Foz do Iguaçu
Data de realização	Varia	Varia	Varia	Varia	07/09	22/11	Varia	maio de cada ano
Organização	Sociedade Religiosa	Sociedade Religiosa	Sociedade Religiosa	Sociedade Religiosa	Sociedade Religiosa	Sociedade Religiosa	Manifes-tação Espontâ-nea	Sociedade civil não-religiosa
Abrangência	Mundo Árabe	Mundo Árabe	Mundo Árabe	Mundo Árabe	Nacional	Mundo Árabe	Local	Local
Público a que se destina	Comuni-dade árabe local e visitante	Comuni-dade árabe local e visitante	Comunidade árabe local	Comunidade árabe local	Comuni-dade árabe local	Comunida-de árabe local	Comuni-dade árabe local	Comunida-de árabe local e visitante e não-árabe local e visitante
Público freqüentador	Comu-nidade árabe local e visitante	Comuni-dade árabe local e visitante	Comunidade árabe local	Comunidade árabe local	Comuni-dade árabe local e visitantes	Comunida-de árabe local e visitantes	Comuni-dade árabe local e não local, e não-árabe local e visitante	Comunida-de árabe local e não local, e não- árabe local e visitante
Apresenta-ção musical	Som mecânico	Som mecânico	---	---	Som mecânico	Som mecânico	Grupo	Som mecânico
Apresenta-ção de dança	---	---	---	---	---	---	Grupo de bailarinos	Grupo de bailarinos
Custos	Organi-zadores e doações	Organi-zadores e doações	Organizado-res e doações	Organizado-res e doações	Organiza-dores e doações	Organiza-dores e doações	Organi-zadores e cobran-ça de ingresso	Organiza-dores, venda de produtos e doações
Gastronomia	Pratos árabes tradicio-nais e não-árabes	Pratos árabes tradicio-nais e não-arabes	Pratos árabes tradicionais	Pratos árabes tradicionais	Pratos árabes tradicionais	Pratos árabes tradicionais	Pratos árabes tradicio-nais	Pratos árabes tradicionais
Cozinheiro	---	---	---	---	---	---	Árabe (imigrante)	Árabe (imigrante e descendente)
Bebidas servidas	Em geral e não alcoólica	Em geral e não alcoólica	Em geral e não alcoólica	Em geral e não alcoólica	Em geral e não alcoólica	Em geral e não alcoólica	Em geral alcoólica e não alcoólica	Em geral alcoólica e não alcoólica

Elaborado pela autora.

Quadro 3 - Gastronomia árabe em Foz do Iguaçu

	Super Mercado Ghada	**Mercado árabe**	**Restaurante Amuna**	**Casa da Esfiha Beirute**	**Casa da Sfiha**	**Doceria Arlukam**	**Doceria Almanara**
Tipologia	Mercado	Mercado	Restaurante	Lanchonete	Lanchonete	Doceria	Doceria
Endereço	R. Jorge Sanways, 473	R. Edmundo de Barros, 514 B	Av. Jorge Schimelpfeng, 552	Av. JK, 453	Av. JK, 421	R. Edmundo de Barros, 744	R. Edmundo de Barros, 514 B
Proprietário	Árabe/ Imigrante	Árabe/ Imigrante	Árabe/ Imigrante	Árabe/ Imigrante	Paraguaio	Árabe/ Imigrante	Árabe/Imigrante
Funcionamento	Seg. a sáb. até às 19 h	Seg. a sáb. até ás 19 h.	Diário, das 18 h às 23 h	Diário, das 10 h às 22h	Diário até as 22h	Diário, das 10h às 19h:30 min	Diário, das 10h às 19h:30min
Público freqüentador	Comunidade árabe local e não-árabe local e visitante	Comunidade árabe local e não-árabe local e visitante	Comunidade árabe local e não-árabe local e visitante	Comunidade árabe local e não-árabe local e visitante	Comunidade árabe local e não-árabe local e visitante	Comunidade árabe local visitante e não-árabe local	Comunidade árabe local e visitante e não-árabe local e visitante
Capacidade de público	---	---	100 pessoas	50 pessoas	40 pessoas	30 pessoas	15 pessoas
Ingredientes utilizados / produtos vendidos importados	Temperos, utensílios, chás, bebidas e doces	Temperos, utensílios, chás, bebidas e doces e roupas	Temperos	Temperos e Chás	Temperos e Chás	Temperos e doces	Doces
Bebidas vendidas	Árabe e não-árabe em geral, alcoólica e não-alcoólica	Árabe e não -árabe em geral, alcoólica e não-alcoólica	Árabe e não-árabe em geral, alcoólica e não-alcoólica	Em geral não-alcoólica	Em geral não - alcoólica	Em geral não-alcoólica	Em geral não-alcoólica
Equipamentos	Venda de produtos árabes e açougue	Venda de produtos árabes, banheiros e açougue	Banheiro, cozinha, venda de pratos árabes	Banheiro, cozinha, venda de pratos árabes	Banheiro, cozinha, venda de pratos árabes e açougue	Banheiro, cozinha, venda de pratos e produtos árabes	Banheiro, cozinha, venda de pratos árabes
Organiza Festividade	Não	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Principais pratos/produtos	Comida, utensílios, carne, frutas e verduras	Comida, utensílios, carne, frutas e verduras	quibe cru e frito, Beirute, *sfiha*, *homus*, *tabule* e *babaganush*	*Chawarma*, quibe frito, saladas e *sfiha*	*Chawarma*, quibe cru, coalhada, *tabule* e *sfiha*	Doces (*baalewe, maamul, macarroni* e bolos árabes), temperos, comidas enlatadas	Doces: *baalewe*, *maamul*, *macarroni* e bolos árabes
Alterou alguma receita?	---	---	Não, mas criou novas: *sfihas* doces e de calabresa	Não	Não	Não	Não, mas deixou de fazer por falta de ingrediente
Cozinheiro	---	---	Não-árabe	Árabe/ Imigrante descendente	Paraguaio/ Imigrante	Árabe/ Imigrante	Árabe/Imigrante
Proprietário ou família trabalhava no ramo antes de imigrar	Não	Não	Não	Sim	---	Sim	Sim

Elaborado pela autora.

Quadro 4 - Manifestações artísticas árabes em Foz do Iguaçu

	Grupo de danças Kamal	**Grupo Oásis**
Ano de inicio das atividades	1998	2002
Tipologia	Grupo de dança	Grupo de dança
Coreografia	Grupo e solo	Grupo e solo
Modalidades	Danças árabes em geral e *dabke*	Danças árabes em geral, Dança do ventre e d*abke*
Abrangência do repertório	Mundo Árabe	Mundo Árabe
Integrantes	Árabes (imigrantes e descendentes)	Descendentes de árabes e não árabes
Indumentária/figurino	Confeccionados no local	Adquiridos no Brasil
Público	Comunidade árabe local e visitantes, e não-árabe local e visitante	Comunidade árabe local, não-árabe local e visitante.
Principais eventos em que se apresenta	Fenartec, congressos, casamentos e aniversários	Festas Juninas, casamentos, aniversários, *Reveillon*, festivais de dança, televisão, filantropia, noites temáticas, congressos, danceterias, estabelecimentos comerciais em geral

Elaborado pela autora.

Quadro 5 - Bens arquitetônicos árabes em Foz do Iguaçu

	Husseiniye	**Clube União Árabe**	**Mesquita Omar Ibn Khatab**	**Escola Libanesa Brasileira**	**Centro de Atividades Educacionais Árabe**
Endereço	R. José Maria de Brito, 927	Rod. Das Cataratas, s/n.	R. Palestina, s/n.	Av. F. Wandescheer, 1785	Anexo à Mesquita
Entidade mantenedora	Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu	Clube União Árabe	Centro Cultural Beneficente Islâmico de Foz do Iguaçu	Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu	Centro de Atividades Educacionais Árabe
Cunho	Religioso	Recreativo	Religioso	Educacional	Educacional
Capacidade de público	1200 pessoas	400 sócios	800 pessoas	540 alunos	211 alunos
Público freqüentador	Comunidade árabe local	Comunidade árabe local, visitante, e não-árabe local	Comunidade árabe local, visitante, e não-árabe local e visitante	Comunidade árabe e não-árabe local	Comunidade árabe e não-árabe local
Organiza festividades	Nascimento do Profeta e *Saída* Fatma e Festividades cívicas	Não	*Aid Al Ftr, Aid al Atha*, Nascimento do Profeta	Cívicas e religiosas	Não
Data de início e término da construção	1988 – 1993	Término 1980	1981 – 1985	1999 – 2002	Término 1990
Funcionamento	Horário das orações e celebrações	Todos os dias até às 23h.	Todos os dias até às 20h	Seg à sex, das 7h:30min às 18h	Seg à sex,, das 8h às 18h
Equipamentos	Área de lazer, banheiros, biblioteca, cozinha, salão para celebrações	Área de lazer, banheiros, salão de festas e cozinha	Área de lazer, banheiros, biblioteca, salão de oração, escritórios	Área de lazer, banheiros, salão de festas, biblioteca, cozinha, pátio, salas de aula	Área de lazer, banheiros, biblioteca, cozinha, pátio, salas de aula
Abriria para visitação	Não	Sim	Sim (é aberta para visitação)	Sim	Sim
Restrições para visitação	---	---	Horário e dia	---	---

Elaborado pela autora.

Aplicação de entrevistas: para as entrevistas não foi utilizado gravador, pois assim preferiram os entrevistados. Para tanto, foram anotadas suas falas (no ato) em um diário de campo.

Fotos: foram tiradas, pela própria autora, do patrimônio arquitetônico (interior e exterior, sempre que possível) e de restaurantes. A câmara utilizada foi da marca Samsung, 35mm totalmente automática e com lentes objetivas de 38-70mm de *zoom*, com de baterias de lítio de 3v. O filme utilizado foi Kodak 35mm com asa 200. Em outras ocasiões, haviam sido tomadas fotos de festividades. Algumas das fotos podem ser conferidas no anexo C

Descrição e análise das informações: As informações serão descritas ao longo do capítulo cinco.

3 ETNICIDADE E TURISMO

As reflexões das Ciências Sociais e da Antropologia, cada vez mais, têm auxiliado na compreensão das múltiplas facetas do Turismo como atividade rumo à sua teorização. A etnicidade é o tema deste capítulo, a ser tratada de forma conceitual e reflexiva, nas suas implicações na motivação de viagem e formatações para produtos turísticos étnicos. Neste, ainda, tratar-se-á dos conceitos e reflexões pertinentes ao turismo étnico e aos seus produtos.

3.1 Etnia e etnicidade

A origem da palavra *etnia* teria se dado dentro das quatro raízes das línguas ocidentais: o indo-europeu; o berbere; o árabe, e o turco. O indo-europeu teria tido, entre outras, a influência do sânscrito de onde proviria o vocábulo *svadha*, que pressupõe “consciência individual”; daí teria avançado para hábito e comportamento, não só pessoal, como também tribal. A partir do grego mais arcaico, *svadha* transformou-se em *svethos*, de onde evoluiria para *ethos* e *ethnos*, ética e etnia. (MAURO SANTAYANA, 2002).

Brandão (apud SILVA, 2003) considera o grupo étnico como um tipo organizacional próprio e culturalmente diferenciado de outros. O mesmo autor ainda fala que os grupos étnicos seriam articulados por pessoas entre as quais houvesse laços históricos, principalmente familiares, tribais e de clãs. Mas para ele, etnia pretende ser um termo substitutivo ao de raça, quando se tornou carregado de

preconceitos ao conotar diferenciações físicas, e não, culturais, das quais adviriam juízos de valor.

Poutignat e Streiff-Fenart (1998) colocam outras reflexões acerca etnia e raça, sobre as quais repousam conceitos de raça como sendo as características físicas comuns a um determinado grupo. Etnia significaria, especialmente, as características culturais que o grupo pode ter, mas que se manifestam, principalmente, em contextos de diferença, ou seja, ao contrário do que muitos estudiosos afirmaram anteriormente, a etnia extrapolaria as fronteiras geográficas, contrariamente à nacionalidade.

Castells (2002, p. 71), ao tratar da questão da etnia, pondera que:

> ao longo da história da humanidade a etnia sempre fora uma fonte fundamental de significado e reconhecimento. Trata-se de uma das estruturas primárias de distinção e reconhecimento social, como também de discriminação, em muitas sociedades contemporâneas [...]. Ela foi, e é, a base para o surgimento de revoltas na luta por justiça social [...], ou do princípio irracional de purificação étnica [...]. Além disso, consiste, em grande medida, na base cultural que induz a formação de redes e a realização de transações lastreadas na confiança no novo mundo dos negócios.

O mesmo autor ainda defende a idéia de que etnia “vem sendo especificada como fonte de significado e identidade ao ser integrada não com outras etnias, mas de acordo com princípios mais abrangentes de autodefinição cultural, como religião, nação ou gênero” (CASTELLS, 2001, p.72), ao passo que raça seria “mais do que nunca uma fonte de opressão e discriminação” (CASTELLS, 2001, p.71-72). A etnia, para Castells, seria além de fonte de identidade, uma forma de ver o mundo, e por meio da mesma, de manifestar-se e lutar pela apropriação do espaço.

Nesses termos, olhar a etnia como fonte de identidade, significa considerar outros estilos de vida como fonte de identidade, tais como gênero e religiosidade. Isso estaria de acordo com que Domingues (1999) considera como multiculturalismo, ai incluindo a etnia. Esse multiculturalismo seria fonte de identidade e identificação de pessoas e grupos na sociedade contemporânea. O pluralismo acenaria não apenas como fonte de identidade cultural, mas também como de diferenciação, e essa diferenciação seria permeada por duas outras realidades tanto de valorização como de segregação. Precisar onde começaria uma e terminaria a outra seria uma questão subjetiva. Ainda sobre a diferenciação, observa-se que essa é também uma lógica que encontra fortes barreiras nos pluralismos culturais, étnicos e religiosos, dos quais o capitalismo globalizado tenderia a homogeneizar os ambientes, os usos e costumes, utilizando-se da mídia e das tecnologias de informação.

Uma das resultantes das lógicas globalizadas são redes de *fast food* uniformizadas, mas que também respeitam as diferenças, tais como os hábitos religiosos das comunidades em que se inserem, como é o caso dos Mac Donald's *kosher* (alimentação que atende aos padrões judaicos de abate, preparo e consumo dos alimentos), bem como os restaurantes da mesma franquia que servem o seu mais famoso sanduíche feito não com carne bovina, mas com carne de carneiro, ou apenas com empanados de vegetais para atender aos que por motivos religiosos, ou culturais, não comem carne, como é o caso de muitos grupos hindus. Esses restaurantes não se concentram apenas nos locais de origem dessas culturas, mas em todas as grandes cidades que as receberam no Ocidente. Nessas mesmas grandes cidades, vêem-se, lado a lado, grandes cadeias internacionais de alimentação e restaurantes cuja gastronomia poderia ser considerada étnica, mas sendo freqüentados tanto pelos grupos étnicos como por pessoas estranhas à etnia.

Em contrapartida, como efeito da globalização que levaria a uma uniformização dos hábitos, não raro em países islâmicos, por exemplo, há jovens que por baixo de suas túnicas, usam tênis de marcas americanas ou freqüentam centros de compras ou cadeias de *fast food* internacionais.

Sobre isso, Harvey (2002) exemplifica a questão da gastronomia internacional, ou da internacionalização da gastronomia, que a comida e seus estilos espalham-se muito mais rapidamente por um país que lhe é estrangeiro do que os estrangeiros que os preparam nesse país que os recebe. Ou seja, os fluxos migratórios andariam mais lentamente do que os fluxos culturais[2].

Nesses termos, a procura por identidades, coletivas ou pessoais, no momento contemporâneo resultariam na busca de novos comportamentos. Em um mundo dinâmico, a identidade do lugar ocupa uma posição importante, porque cada um teria um espaço individualizado, e a forma como as pessoas se individualizam moldará a sua identidade. Qualquer identidade, independentemente do lugar em que a pessoa está inserida, apóia-se no poder das tradições, mas ele (o poder) não subestima a dificuldade de dar sentido de continuidade histórica sob a perspectiva de dinamicidade cambiante ao qual a pós-modernidade remete, dessa forma, haveria um esforço por parte das comunidades em manter as suas tradições como forma de preservar e construir a sua identidade e a tradição seria preservada, com freqüência, ao ser mercadificada e comercializada como tal. (HARVEY, 2002). O autor ainda defende que a tradição histórica pode ser organizada e preservada como forma de cultura em museus.

---

[2] Um exemplo disso pode ser a novela “O Clone” (2001), exibida pela Rede Globo, que remeteu uma maior visibilidade da cultura árabe no Brasil, por suas referências gastronômicas, musicais e dança, novas palavras e expressões idiomáticas, roupas e acessórios. E isso não quer dizer que em todo o Brasil exista uma forte presença do imigrante árabe ou de sua cultura, mas sim que, com a vinculação midiática de referências a cultura árabe houve uma procura e/ou interesse pela mesma.

A partir do entendimento de que cultura seria o modo de vida de uma comunidade, algo vivo, a permear o cotidiano da mesma, aqueles fazeres e saberes em desuso, tornam-se fossilizados, passíveis de exposição museológica ou de representações esporádicas. Não raro o turismo utiliza-se dessa cultura em desuso em detrimento de outras manifestações mais vivas no grupo visitado.

Sob a ótica da realidade pós-industrial, na qual há um forte fluxo de deslocamento internacional de mão-de-obra, com novas construções de saberes e tentativas de manter tradições, a busca pelo reenraizamento cultural coloca-se como uma necessidade por parte dos que emigraram, e então, sob outra perspectiva devem (re)construir sua etnicidade. Isso se daria em função dos fragmentos dos usos e costumes trazidos do lugar de origem que podem ser praticados no novo país, ou em alguns casos, eles devem ser adaptados à nova vida.

Teixeira Coelho (2004) acrescenta à discussão o conceito de culturas centrais, que, para ele, teria duas variações: "tende a indicar a ou as culturas predominantes, se não a hegemônica, no cenário internacional. Culturas centrais seriam, neste caso, no conjunto, a americana e a européia" (TEIXEIRA COELHO, 2004, p. 123) e outras seriam variações que tratem da centralização da produção cultural, cujos produtos merecem destacada atenção da mídia. Teixeira Coelho denomina estas centralizações de "pólos de irradiação" (p. 124). Para o autor, esses conceitos levam à notoriedade de utilizar a expressão sempre no plural, pois, de forma setorial, a americana seria um pólo de irradiação de cinema, por exemplo, e enquanto outros pólos irradiariam outras manifestações culturais. Uma análise desse conceito poderia indicar que esses pólos de irradiação também levariam as massas a uma homogeneização comportamental, influenciada pelas manifestações culturais

que consomem. Um exemplo disso pode ser a imitação pelo público de expressões e vestuários utilizados por personagens de telenovelas, haja vista, as culturas centrais ditarem, dentro de seus âmbitos de irradiação, comportamentos sociais e culturais.

Santayana (2002, p. 325) reflete sobre a identificação das etnias, afirmando que o primeiro traço seria a “associação dos grupos humanos com o espaço que ocupam”. Outros traços poderiam ser identificados, tais como: “a língua, os costumes, os instrumentos da vida, mas todos eles, como sabemos, amarrados, de uma forma ou de outra, ao espaço circundante, que, sendo a extensão da consciência, é o *oikos*, a casa”. Essa extensão, como foi colocada pelo autor, não deve ser entendida apenas como casa, de forma estrita, mas também como consciência de pertença a um determinando lugar, em que haja um sentimento de lar. Com efeito, o conceito de etnia toca não apenas aspectos culturais, mas os situaria espacialmente em um determinado lugar, e que esse seria, também, fonte de identificação da etnia.

Sobre o tema da identidade étnica, Isaacs, citado por Poutignat e Streiff-Fenart (1998, p. 90), explica que

> a identidade étnica repousa na existência presumida de necessidades psicológicas comuns a todos os humanos, tais como a necessidade de pertença, a necessidade de ser aceito entre os outros e a necessidade de estima de si. Entre todas as identidades que o indivíduo pode ter, a identidade étnica é a que responde de modo mais completo a essas necessidades, porque o grupo étnico representa por excelência o “refúgio” de onde não podemos ser rejeitados e onde jamais estamos sós.

Vale ressaltar que esse refúgio onde não se pode ser rejeitado, nem sentir solidão, por ele apontado, pode ser justificado também pelo fato de a etnicidade (não

raro) vir acompanhada de outras identificações, tais como a religiosa, e que ambas permeariam um universo vasto para as construções de personalidade e do comportamento de um indivíduo. Se somadas ou observadas individualmente, as identidades étnica e religiosa perfazem um código de conduta aceito pelo grupo que as criou e as apregoa. Quando o código de conduta da etnia é cumprido, também o indivíduo é aceito. Portanto, mesmo que as pessoas fora de casa, por razões profissionais, por exemplo, abandonem o seu caráter identitário étnico, ao regressar à comunidade de origem (étnica) retomam as marcas da etnia como indivíduos pertencentes àquele grupo, que não raro as pessoas os conhecem desde tenra idade e que submetidas aos mesmos princípios culturais, entenderia problemas e conflitos como somente a família, nesse caso, étnica, seria capaz de entender e ajudar.

Silva (2003) explica que as pessoas se valem da identificação étnica para classificar a si próprias e aos outros, a fim de interagir e se organizar como grupo. A exemplo disso, Santayana (2002, p. 329) coloca o caso dos guetos de imigrantes, que se transformam em “unidades étnicas”, e que na falta de seu espaço ancestral, “exacerbem os ritos de sua identificação”. Essas manifestações exacerbadas, que o autor comenta, podem ser justificadas pela luta pela preservação dos valores étnicos a fim de que não se percam nem no tempo, nem no espaço e sejam garantidos às descendências nascidas fora do país de origem dos imigrantes. Esses valores manifestam-se sob diferentes formas, por exemplo, no uso da língua materna e nas roupas tradicionais dentro e fora de casa; a participação em festividades da etnia que envolvam a comunidade e seus convidados, como forma de (re)apresentar valores culturais; e o mantenimento de valores religiosos também como forma de

manifestação étnica. O esforço por preservar os valores étnicos pode ser colocado ainda como uma reação à homogeneização cultural, sob a globalização.

Poutignat e Streiff-Fenart (1998) explicam que o termo *etnicidade* designaria "não a pertença étnica, mas os sentimentos que lhe estão associados: o sentimento de formar um povo [...] partilhado pelos membros de subgrupos no interior das fronteiras nacionais". (p. 24). É dizer que, para os autores, a etnicidade extrapolando as fronteiras nacionais, pode ser encarada não apenas como característica cultural de um povo em seu país de origem, contudo também aos que imigraram, ou receberam sua influência por meio de invasões e possessões, mas que, de alguma maneira, sobrevive à supremacia de uma cultura nacional diferente da expressa. Inclusive, as características culturais, quando ultrapassam as fronteiras nacionais e se fazem presentes em terras longínquas, mesmo sofrendo alterações ao longo do processo de reenraizamento podem continuar a demarcar uma etnicidade.

Grünewald (2003) explica que "a construção, promoção, ou fortalecimento de sinais diacríticos que caracteriza um povo é o próprio âmbito da etnicidade". O autor ainda atenta para o fato de que essa etnicidade não estaria ligada estritamente à etnicidade clássica colonial, mas as diversas formas de construção de fronteiras de grupos sociais que se fixam em linhas étnicas. A isso o autor trata como *novas etnicidades* que

> sem negar esta primeira forma de alinhamento, emergem de forma fragmentária, com segmentações internas e, em muitos casos, não conseguindo operar como totalidades. São movimentos localizados de emergência de novos sujeitos sociais, novas etnicidades, novas comunidades em posições subalternas que tentam falar de si mesmos contra o mundo anônimo e impessoal das forças globalizadas presentes na diversidade do mundo pós-moderno (sem página).

Para Grünewald, a etnicidade extrapolaria o autóctone e em razão disso, levaria à reflexão de que o conceito tocaria também comunidades transplantadas, muitas vezes fruto de imigrações, que construiriam suas identidades através de fragmentos trazidos da terra natal inseridos, e não raro, alterados para adaptação da vida na nova terra.

A constituição de comunidades imigrantes em um novo lugar leva à construção de novas expressões culturais a partir das vividas em seu país de origem, pois tiveram de sofrer um processo de mudança, isto é, passaram a haver novos saberes e fazeres, motivados pelas diferenças de clima, de solo, e de relevo. Os aspectos culturais, especialmente, a gastronomia e o artesanato que mudam, por isso buscam novas formas de se manter. Nem por isso essas novas manifestações podem ser consideradas inautênticas, pois revelam um novo cotidiano permeado de um velho cotidiano, deixado para trás. Esses processos se fazem presentes em diversas cidades, não somente em grandes metrópoles, como: Londres, Paris, Nova Iorque, São Paulo e Buenos Aires, por exemplo, mas também em centros menores, quer nos países hegemônicos, quer nos países emergentes, se esses receberam levas de imigrantes. Isso pode ser observado em Caxias do Sul (RS) e Jundiaí (SP), só para citar alguns[3], que manifestam uma forte italianicidade, Londrina (Pr) que conta com expressiva niponicidade, Prudentópolis (Pr) e a ucranianicidade e em Foz do Iguaçu na sua arabicidade. Essas novas construções culturais e as tentativas de mantenimento dos antigos usos e costumes deixados na terra natal são, também, uma forma de tentar manter vivo o legado cultural, transmitindo para as novas gerações nascidas no país receptor esses saberes, buscando garantir que não se percam no tempo, ou no espaço.

[3] Enquanto os termos não estão totalmente estabelecidos e não há um consenso sobre seu uso, optou-se por usar: italianicidade, niponicidade, ucranianicidade e arabicidade.

> Se considerarmos, em essência, que os indivíduos são portadores de elementos simbólicos culturais irredutíveis, de suas próprias comunidades étnicas de origem, havemos que [sic] considerar também que esses e outros aspectos de sua cultura enfrentam, na nova terra, situações de contato, no convívio inevitável com os demais. É, pois de natureza dos grupos étnicos manifestarem, na diáspora, sua identidade social, pelo contraste. Os elementos que, de alguma forma, não se fundem nem se perdem no contato com novas culturas e que constituem, por excelência, sua "visão de mundo" e seu ethos, esses são os elementos que vão afirmar a real identidade do grupo em questão. (KEMEL, 2000, p.13)

Grünewald (2003), percebe a etnicidade como uma construção identitária num mundo plural. Plural porque apesar da homogeneidade à qual a globalização remeteria, as tradições a desafiarem mantendo-se vivas nas comunidades.

À reflexão pode acrescentar o conceito de *povos transplantados*, que, para Darcy Ribeiro (1975, p. 43), correspondem

> Correspondente às nações modernas criadas pela migração de populações européias para novos espaços mundiais, onde procuraram reconstituir formas de vida essencialmente idênticas às de suas matrizes de origem. Cada um deles estruturou-se segundo modelos de vida econômica e social da nação de que provinha, levando adiante, nas terras adotivas, processos de renovação que já operavam nos velhos contextos europeus

O mesmo teórico retoma a idéia de povos transplantados em 1985 como sendo "resultantes dos movimentos migratórios, os quais conservaram características étnicas originais ou apenas as alteraram superficialmente." O conceito de povos transplantados, conforme apresentado por Ribeiro, permite refletir sobre os movimentos migratórios das pessoas ao redor do mundo e a sua busca por reenraizar-se. Ainda que o autor limite seu conceito aos europeus vindos para a América, pode-se ampliá-lo a povos não-europeus que massivamente imigraram para o continente americano, e que trouxeram seu arcabouço cultural.

O conceito de etnia estaria permeado pela dinamicidade contemporânea, ou seja, tem avançado junto com as teorizações e práticas cotidianas e sociais. Os valores e a identidade étnica agora seriam analisados para além da autoctonia, tocando aos fluxos migratórios e as suas formas de reenraizamento, e a maneira pelas quais esses complementariam os pluralismos culturais inerentes à contemporaneidade ocidental.

As formas com que os grupos étnicos têm-se organizado, sob a ótica dinâmica das culturas e sociedades, têm chamado a atenção especial do Turismo e de seus fluxos de demanda, sinalizando tendências de mercado interessadas nos mesmos, o que, conseqüentemente, levaria a uma inquietação acadêmica e prática sobre os desdobramentos desse dito turismo étnico.

3.2 Turismo étnico

O Turismo pressupõe fluxo e deslocamento de pessoas de sua residência habitual para outra localidade que lhes desperte interesse. Tratando das motivações psicológicas nos deslocamentos, Boullón (1990) lista oito razões que levariam as pessoas a viajar: cultural ou educacional; saúde; compras; hedonismo; descanso; prática de esportes; conhecimento – “impulso mais comum que sentem as pessoas, especialmente quando vão empreender uma viagem ao Exterior ou a um lugar de seu país nunca antes visitado”. Haveria, ainda, o desejo de mudanças “que inclui a busca de algo que compense os sentimentos de rechaço para com o meio ambiente de trabalho, com a rotina da vida cotidiana, com o núcleo familiar ou social de pertença ou em relação às pressões da vida na cidade”. (p. 97).

O autor não exclui, porém, a possibilidade de que essas motivações possam vir a se mesclar em uma mesma viagem, ou que uma vez no destino outras motivações surjam e sejam atendidas. E isto pode ser justificado em razão de que não raro os destinos turísticos oferecem uma variada gama de produtos para atender às mais diversas demandas.

Para Smith (1989), o Turismo, em termos de lazer e preferência do turista, poderia ser classificado em cinco tipos:

- *Turismo étnico*: aquele em que “comercializa costumes ‘curiosos e típicos’ de povos indígenas e com freqüência exóticos.“ (p. 20, grifo da autora). Entre as atividades que poderiam estimular esse tipo de turismo, Smith cita: visita a casas e aldeias, espetáculos de dança, cerimônias típicas e ainda aquisição de produtos típicos.
- *Turismo cultural*: aquele que inclui “o ‘pitoresco’ ou a ‘cor local’, os vestígios de uma vida em processo de extinção que permanece na memória humana“ (p. 21, grifo da autora). Entre as atividades que poderiam estimular esse tipo de turismo, a autora cita: refeições em pousadas típicas, espetáculos folclóricos, e outros que remetam à vida no campo.
- *Turismo histórico*: o que inclui museus, catedrais e outras cidades e/ou atrativos de especial interesse histórico, a autora menciona como exemplo disso: Roma e Egito.
- *Turismo ambiental*: segundo a autora, esse estaria relacionado ao turismo étnico, pois atrairia uma demanda seleta até regiões remotas, e também ao desejo de aprender, e de vivenciar experiências novas, interagindo com o meio.

- *Turismo recreativo*: destinado aos que querem descansar e entrar em contato com a Natureza, mas mediante a prática de esportes, atividades na água e alimentação.

Dentro desses interesses e motivações, o mercado turístico e a academia estudam diversas possibilidades para a atividade. Algumas dessas possibilidades são consideradas pelos especialistas, como seria o caso da cultura e da etnicidade no turismo. A exemplo disso, citando MacCannel, Gobbi (2004) coloca que uma das principais tendências para o turismo seria fomentar a restauração, a conservação, e a recreação dos atributos étnicos de certos grupos nas comunidades receptoras. Também Barretto (2003, p. 5) coloca que “recuperar ou manter a identidade, a cor local, aparece neste final de século como uma necessidade generalizada em face da globalização”.

3.2.1 Turismo cultural e turismo étnico

Pensando especificamente a questão da etnicidade e da cultura no turismo, percebe-se que, em termos conceituais, uma linha tênue as separaria. O turismo cultural pode ser conceituado, conforme Barretto (2003, p. 19), como sendo “todo turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum aspecto da cultura humana”.

Lima (1999) coloca que, ao longo da história o turismo esteve em busca de legitimidade e, nesse contexto, colocaria a cultura como uma de suas ferramentas de validação. Nos dias de hoje, a cultura funcionaria ainda como uma alternativa face a perspectiva mais consumista de relação a outras motivações de viagens. Partindo do princípio de que toda viagem satisfaria a necessidade de algum tipo de conhecimento, o autor conclui que todas as viagens teriam cunho cultural. A questão

seria a de especializar e segmentar o mercado de viagens, a fim de atender às pessoas com expectativas para além do consumismo de massas.

O turismo étnico, por outro lado, ainda seria uma segmentação com definição pouco clara. Para uma maior aproximação de um conceito, seria necessário retomar as reflexões de etnia e etnicidade já expostas, pois mesmo que teoricamente etnicidade e cultura sejam diferentes, na prática da atividade turística, podem apresentar a similaridades.

Smith (1989) comenta que, tanto o turismo étnico como o cultural, ofereceriam ao visitante a oportunidade de “ver pelo menos parte da cultura indígena” (p. 29). Contudo, essa observação de Smith poderia ser ampliada para além da cultura indígena, e envolver a cultura do povo visitado como um todo.

Moscardo e Pierce (1999, p. 147) explicam que o turismo étnico seria um conceito aplicado aos viajantes que tivessem

> o propósito de observar expressões culturais e estilos de vida exóticos dos povos; de buscar os costumes singulares dos povos indígenas e suas diferentes etnias; e na busca do etnicamente exótico, intacto primitivo e autêntico, tal como um turista possa encontrar

Os autores ainda incluem nessa definição de turismo étnico: “apresentações e atuações culturais, tradicionais e contemporâneas, abarcando tanto as que sejam em parte destinadas aos turistas, como as que são completamente para os visitantes”. (p. 148). Confrontando as diferenças entre o turismo étnico e o turismo cultural, Moscardo e Pierce (1999) explicam que

> existe um turismo geral e um turismo cultural especializado. O primeiro faz *hobby* da visita de uma série de produtos turísticos culturais (incluindo os étnicos) [...] em diferentes cenários geográficos. Em contraste, o turismo

> cultural especializado se decanta por um número pequeno de atrações ou produtos étnicos e os visita repetidamente. (p. 150).

É dizer que, o turista que vê a atividade de forma generalizada consome os produtos étnicos e culturais de forma contemplativa, sem absorvê-los em suas especificidades, não diferindo muito o lugar em que se dê a atividade. Já o turista que busca atrativos étnicos, visita a uma localidade com o afã de observar os aspectos diacríticos daquele grupo étnico específico, porque estes seriam a razão principal de sua viagem.

Contudo, a definição de Moscardo e Pierce para turismo étnico parece incompleta ao observar-se que toca ao étnico e à etnicidade apenas do ponto de vista autóctone, deixando uma lacuna para os povos transplantados. As massas migratórias, vindas para América do Sul especialmente da Europa e do Japão, no século XIX, figurariam como povos transplantados, e, como já foi comentado, em muitas cidades construíram seu legado étnico cultural, que pode ser, não raro, objeto de interesse e fruição turística, pelo diferencial de seus modelos culturais.

> O turismo já não é uma curiosidade, ou uma coisa estranha, e ainda que as pessoas cuja cultura seja objeto de turismo podem muito bem ter que levar o que Nuñez [...] chama “o primeiro plano de suas vidas” a um plano mais retirado e de maior intimidade. O certo é que já está em curso uma homogeneização cultural mundial e que, por conseguinte, os modelos culturais estão se tornando muito mais importantes. (SMITH, 1989, p. 30, grifo da autora)

Por modelo cultural, Smith (1989) entende as reconstruções do passado, por meio de museus e ambientações de época ou étnicas. A autora defende os modelos culturais porque, segundo ela, satisfariam as expectativas dos turistas, desde o ponto de vista das tradições, que, comumente, os turistas anseiam ver, mas que ou

não estão disponíveis, ou estariam já cristalizadas a fim de atender ao imaginário do visitante, e quiçá, ao vivo, essas tradições já houvessem entrado em processo de mudança, não se apresentando mais como o desejaria o turista. Smith (1989) ainda apóia os modelos culturais, especialmente para reproduzir lugares onde, a princípio, a presença do turista seria prejudicial, e cita como exemplo as Cavernas de Lascaux (França). “Modelos culturais têm a vantagem de estruturar as visitas turísticas a centros situados longe das vidas diárias das pessoas comuns.” (p. 32).

A Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003) considera turismo étnico como sendo aquele voltado “a tradições e estilo de vida de um grupo e utilizado principalmente para destacar o turismo nas comunidades ou enclaves específicos, em processo de desenvolvimento” (p. 168). Ainda no mesmo texto, a OMT comenta que o turista que busca a etnicidade como motivação para viagens, pode fazê-lo como forma de comparação e/ou de compreensão social, mediante da observação de outros modos de vida.

Chambers (2000) explica, em relação ao turismo étnico, que “o termo tem sido usado para referir as atividades que envolvem turistas na experiência de eventos culturais e situações que são distintas das suas próprias. (p. 100)”. E ainda, que o turismo, como atividade, tem auxiliado grupos de minorias a construir suas representações culturais não compatíveis com a ideologia nacional: “existem ocasiões em que as minorias étnicas têm manejado o uso do turismo para afirmar sua identidade própria e diferenciar-se da imagem nacional”. (p.100). O autor ainda comenta sobre as relações históricas entre os diferentes grupos étnicos e a visitação a sítios de interesse. Cita como exemplos os diversos santuários nos Estados Unidos de origem hispânica, que atraem não apenas latinos, mas também grupos de

indígenas americanos e anglo-saxões, ou ainda lugares que representam a escravidão (nos Estados Unidos), que reuniriam diferentes grupos de interesses, como os afroamericanos e os anglo-saxões.

Vale dizer: para Chambers (2000), o conceito de turismo étnico estaria relacionado com exposição de cultura de minorias.

Sobre as comunidades étnicas e a recepção de turistas, Grünewald (2003) analisa que mesmo quando um grupo étnico se coloca no que chama *arena turística*, não significaria que os limites da comunidade étnica seriam coincidentes com os dessa arena turística, e que nem todos os membros de uma comunidade étnica deveriam, necessariamente, atuar na arena turística. Dessa forma, ele chama a essa comunidade que envolve a arena turística e a etnicidade *comunidade etnoturística*, já que haveria nela também identidade legítima e autêntica na "medida em que autênticos e legítimos são os turismos nesses espaços sociais. Esse é o mais próprio turismo étnico, pois querer sair da fachada e penetrar nas profundezas da vida nativa é coisa para antropólogo, não para turista".

Caberia nesse ponto questionar o autor quanto à identidade e à caracterização das comunidades etnoturísticas, pois, se essas são formadas por membros da comunidade étnica que se lançam com suas manifestações na arena turística, como poderia classificar ou posicionar as comunidades étnicas que não se reconstroem por meio, ou em função do turismo, mas que o recebem? Onde a manifestação cultural e o patrimônio construído estavam antes de o turismo e os turistas chegassem, e não foram construídos ou encenados para os visitantes, e sim, para o uso e as manifestações cotidianas da comunidade étnica? É necessário alertar que nem toda comunidade étnica, independentemente de transplantada ou

autóctone, que recebe turistas, formou-se, ou preserva suas características mais marcantes em razão do turismo, pois esse teria surgido posteriormente à formação de sua etnicidade. Sobre isso é possível citar como exemplo algumas tribos indígenas.

Grünewald (2003), falando ainda sobre as arenas turísticas e os grupos étnicos, explica que essas podem ter seu valor para o posicionamento desses no mundo globalizado, pois as comunidades étnicas poderiam fazer uso do turismo para falar de si para o mundo. Outra vez mais, coloca-se a questão da valorização da diferença, antes comentada.

Considerando esses diferentes olhares e definições sobre o turismo étnico e a etnicidade no turismo, seria possível, então, conceituar de uma maneira mais ampla: o turismo étnico, como sendo aquele relacionado às experiências turísticas cujo atrativo seja a cultura de uma comunidade que se construiu e se representa fora das culturas centrais ocidental, independentemente de essa comunidade ser autóctone, ou transplantada.

As representações culturais dos grupos étnicos que exerceriam poder de atração de turistas seriam aqueles que mais fortemente expressariam identidades: arquitetura, artesanato, festividades, gastronomia, vestimenta, dança e música e outras manifestações relacionadas ao dia-a-dia do grupo e, que possam servir para delimitar sua fronteira étnica, passível de fruição turística.

Muito do que se discute no âmbito da etnicidade como atrativo turístico está em torno da questão da autenticidade e da identidade. É dizer, como os grupos constroem suas identidades e como as expressam. Alguns afirmam que não haveria

experiência turística autêntica em se tratando de etnicidade, porque a real identidade estaria reservada para a intimidade dos grupos, a qual os turistas não os acessam. Outros colocam que a autenticidade no turismo estaria relacionada com o que o turista espera que seja autêntico.

Gobbi (2004) defende que os grupos nativos seriam autênticos mesmo quando não usassem roupas tradicionais, e sim *jeans*, por exemplo, porque isso faria parte da sua vida, sob a globalização, que levaria todos a uma ocidentalização nos modos de vida.

> O turismo étnico em certa medida tranqüiliza quando promete conhecer nativos; o turista sabe que encontrará "outros". O problema é quando as diferenças que deviam aparecer não o fazem, e nos vemos obrigados a reflexionar sobre os cruzamentos e hibridismos culturais. [...] O ponto-chave é como nossos imaginários sobre o outro estão completamente desligados de certas práticas.

A rigor entende-se por autêntico aquilo que difere do habitual, próprio de cada um, mas pelo poder das massificações culturais, em muito advindas da globalização, o autêntico, o que faz parte do dia-a-dia de cada comunidade passa a ser em muito semelhante ao dia-a-dia de outras comunidades nos mais distintos rincões do mundo, e essas semelhanças não traduziriam inautenticidade. Contudo, esse tema não é o foco primordial desta reflexão.

3.2.2 Turista e turismo étnico

Sobre a percepção do turista, e colocando-o como protagonista da atividade turística, Boullón (1990) explica que as pessoas não ficariam imutáveis frente à experiência de uma viagem e que, dessa forma, a receptividade das experiências seria favorecida. Junto com essa receptividade – para todos os turistas – incrementar-se-ia a sensibilidade e o desejo de ver e conhecer tudo o que os

sentidos e a capacidade intelectual permitiriam. O mesmo autor ainda aponta para a variedade de interesses do turista e, em conseqüência disso, a gama de produtos que o mercado turístico lança para atendê-la. O autor explica que o turista dificilmente seria fiel a um produto turístico, e sob a ótica desse, o produto acabaria no momento em que a viagem finalizasse, ou seja, o produto turístico teria fim com o término da viagem.

Boullón aponta para a perecibilidade do produto turístico e à não-fidelidade do turista a esse, processo que geraria uma oferta quase inesgotável de produtos e atrativos ao redor do mundo, para atender às mais variadas demandas. Dentro desse entendimento e da reflexão que o mesmo autor faz quanto à receptividade do turista em relação ao novo em suas viagens, o turismo étnico, considerado como aquele que expõem representações e manifestações culturais além das culturas centrais ocidentais, melhor dizendo, figuraria de fato como uma grande tendência e com um forte apelo de atração.

Quanto a isso, seria de interesse saber o que os turistas desejam conhecer com o turismo étnico. Para tal, Moscardo e Pierce (1999) realizaram uma pesquisa com os visitantes do Parque Cultural *Aborigen Tjapukai* (Austrália) e chegaram a caracterizar os interesses do turista étnico e a dividir os visitantes de acordo com seu interesse na etnicidade. Aqui estão alguns dos resultados dessa pesquisa e indicam que em relação ao turismo étnico, a maior parte dos entrevistados declarou desejar informações sobre a história dos povos, estilos de vida tradicionais, contato com culturas indígenas, ou interesse em saber como vivem os grupos étnicos atualmente e como produzem artes e artesanato.

A pesquisa permitiu classificar e traçar as principais características dos turistas com interesses étnicos, dividindo-os em quatro grupos:

Grupo 1 (36% da amostra) – *Grupo de conexão de turismo étnico*: parecia particularmente interessados no contato com grupos étnicos e no aprendizado sobre sua cultura;

Grupo 2 (24% da amostra) – *Grupo de aprendizagem cultural passivo*: refletia um alto interesse por conhecer os diferentes aspectos da cultura étnica e um baixo interesse por participar de atividades tradicionais. Não estava interessado em gastronomia e artesanato, e tinha níveis de interesse moderados no contato direto com os grupos étnicos;

Grupo 3 (18% da amostra) – *Grupo de atividades e produtos étnicos*: refletia altos níveis de interesse por participar de atividades tradicionais, gastronomia e artesanato, e baixo nível de interesse por conhecer e se integrar a grupos étnicos;

Grupo 4 (16% da amostra) – *Grupo de baixo interesse étnico*: tinha um interesse baixo por todas as variáveis, especialmente pelo contato direto com grupos étnicos e participação em atividades tradicionais.

A pesquisa de Moscardo e Pierce (1999), apesar de refletir uma realidade específica, pode servir de exemplo e modelo a pesquisas a serem realizadas em outras partes do mundo, onde o turismo étnico figure como interesse dos visitantes, a fim de traçar a realidade da atividade no local, e também de configurar o produto em relação aos interesses dos visitantes.

O conhecimento e o entendimento do turismo étnico e os conceitos aos quais esses levam a etnia, etnicidade, grupo, cultura e comunidade local, são essenciais para as localidades que desejem trabalhar com esse segmento, especialmente na elaboração de produtos turísticos com a finalidade de ampliar a oferta turística local, de modo que possam maximizar os benefícios que o turismo possa vir a trazer e mitigar os impactos negativos do mesmo.

A oferta turística pode ser relacionada com a matéria prima da atividade turística, o que exerce poder de atração sob a demanda. Nestes termos, compreendê-la, organizá-la, divulgá-la, e até mesmo incrementá-la é tarefa importante no mantenimento de um destino turístico de sucesso. Sobre esse assunto, muito se tem discutido sobre localidades turísticas e a diversidade da oferta de produtos turísticos, que visaria à atração de variada demanda bem como a prolongação, ou o aumento da freqüência, de sua estada.

4 OFERTA E PRODUTO TURÍSTICO ÉTNICO

A organização da oferta turística, bem como a sua complementação mediante novos produtos requer a compreensão dos conceitos e, reflexão das atividades que esses podem abarcar. O inventário turístico tem se apresentado como uma importante ferramenta na ordenação da oferta, bem como, podendo, se bem aproveitado, direcionar a novas oportunidades de composição de produtos turísticos, através dos elementos naturais e culturais que este pode apresentar. Sem embargo, os potenciais produtos turísticos devem ter suporte de outros componentes da oferta para sustentarem-se e desenvolverem-se com sucesso. É caso, por exemplo, de hospedagem, alimentação e transporte.

4.1 Oferta turística

A oferta, é definida pelos economistas como

> a quantidade de bens e de serviços que uma empresa (ou conjunto de empresas) está apta e disposta a produzir e colocar no mercado por determinado preço, determinada qualidade, determinado local e determinado período de tempo. (LEMOS, 2001, p.121).

Tratando especificamente de oferta turística, seria

> o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante. [...] Em suma, a oferta em turismo pode ser concebida como o conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a

> afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. (BENI, 1998, p. 153)

Lage e Milone (1991) classificam a oferta turística em três categorias: atrativos turísticos; equipamentos e serviços turísticos; e infra-estrutura de apoio turístico.

Beni (1998) assim divide a oferta turística: oferta original, relacionada com a matéria-prima turística; e oferta derivada, que está relacionada com a prestação de serviços das empresas de turismo. Essas divisões se relacionam diretamente na qualidade da atividade turística que pode ser oferecida, ou seja: atrativos turísticos, e prestação de serviços e amenidades ao visitante em sintonia com a categoria da experiência turística vivida.

A oferta turística derivada, segundo Beni, seria composta pelos transportes, hospedagem, lazer e recreação; pelos organizadores de viagens; e pelas agências de viagens. Para que a oferta turística derivada atenda plenamente à demanda, é necessário que haja uma combinação entre a oferta turística original e a derivada, ou seja, a oferta tangível e a intangível, que, segundo ele, o consumo desses elementos se dá em momentos diferentes, mas interligados uns aos outros. Podem-se citar, de acordo com o mesmo autor, como sendo parte da oferta turística derivada os seguintes equipamentos e serviços turísticos: meios de hospedagem; serviços de alimentação; equipamentos de recreação e entretenimento; agências de viagens e turismo; transportadoras turísticas; centros de informações turísticas e de atendimento ao turista; locadoras de veículos; comércio turístico; centros de convenções e eventos; entre outros.

A oferta original pode ser divida em quatro grandes grupos, de acordo com Defert (apud BENI 1998, p.155-156), a saber:

- Hidromo (do grego *hýdor*: água). É constituído por todos os elementos hídricos sob todas as suas formas, todos os seus aspectos, toda a sua abrangência, incluindo a neve e o gelo, as águas minerais e termais.
- Fitomo (do grego *phytón*: vegetal, árvore). Compreende tudo de que o turismo se serve na flora e todas as superfícies naturais recobertas de vegetação pela ação voluntária do homem.
- Litomo (do grego *líthos*: pedra). Engloba todos os valores criados pela atividade do homem.
- Antropomo (do grego *ánthropos*: homem). Refere-se às atividades, tanto antigas como modernas do homem.

Beni (1998) coloca que esses elementos, trabalhados como forma de matéria-prima turística, é que irão conferir característica própria a uma localidade e, também, permitirão que um país se diferencie dos demais, auxiliando, inclusive, na criação de uma identidade turística própria a cada um, porque essa matéria prima provém da História, do cotidiano e da Natureza de cada país, e se são colocados como oferta turística, é porque os turistas estariam dispostos a chegar a eles. Quando uma agência de viagens vende um pacote para Foz do Iguaçu, seguramente, está vendendo mais do que bilhete aéreo e hospedagem está vendendo as Cataratas e o Parque Nacional do Iguaçu, a Usina Hidrelétrica de Itaipu Binacional, a multiculturalidade, o sol, o calor e outros predicados da cidade, ou seja, está vendendo também “serviços imateriais pelos quais ninguém paga, [...] (com exceção das taxas de entrada...)”. (p. 156).

É dizer portando, que o turista está disposto a pagar um determinado, valor no qual estejam incluídos não apenas os produtos tangíveis, como também os intangíveis, que têm uma relação direta com a satisfação de suas expectativas em relação à destinação. Beni (1998) ainda coloca que, deste modo é “primordial salvaguardar esses elementos se os governos quiserem que o produto turístico tenha uma continuidade no tempo e não seja apenas um capricho da moda, nocivo ao interesse nacional” (p. 157).

Para Bahl (2004) os atrativos turísticos são a base da oferta turística, figurando como estímulo para que o turista se desloque e permaneça na localidade de destino. Outrossim, o autor chama a atenção para a diversidade de atrativos potenciais que uma localidade pode possuir contribuindo para a variação de sua oferta turística, podendo compor produtos diferenciados.

Tratando de legado étnico, Bahl (2004) coloca que a existência desse em si não configuraria, ao menos preliminarmente, um atrativo turístico, mas que deve ser tratado como marcas de etnicidade com significação para a comunidade receptora, e indicados como potencial atrativo. Para tratá-lo como um atrativo, propriamente dito, outras condições devem ser também atendidas: acesso, e facilidade. O autor vê a diversidade étnica, advinda das imigrações, no Brasil, como potencialidade turística, pois segundo ele, no processo de integração que cada grupo teve ao chegar ao País, trouxe consigo contribuições que, com o passar do tempo, fizeram parte da vida brasileira “deixando marcas indeléveis”. (p. 54).

Contudo, acerca da possibilidade de ampliação da oferta de produtos turísticos por meio dessas etnicidades, Bahl (2004) atenta para o fato de que se

deve ter em conta o tipo de turista que se pode atrair e se os atrativos que comporiam o produto seriam representativos, ou não, para a etnicidade em questão.

Os atrativos turísticos podem ser classificados, de acordo com Beni (1998) em: naturais; histórico-culturais; manifestações e usos tradicionais e populares; realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados. E ainda, quanto à propriedade e à administração, elas podem ser de domínio público, privado, ou de associações voluntárias. Parece oportuno salientar que a gestão e o planejamento não podem desconsiderar esse aspecto, e cada forma de administração e de propriedade acaba sendo muito próprio, por ter interesses distintos com relação à visitação do atrativo.

Tratando dos atrativos culturais, Bahl (2004, p. 37) comenta que entre outras características, esses atrativos “são recursos que podem ser utilizados como elemento diferenciador, que vai desde a amostragem de materiais característicos que se salientam nas edificações, o artesanato e as diversas manifestações artísticas até o modo de vida da população”. É dizer, que os atrativos culturais compõem a cor local e diferenciam a localidade de outros destinos turísticos. O autor define atrativo turístico como sendo “todos os elementos que possam despertar a curiosidade dos turistas” (p. 44). Ele também atenta para o fato de que os atrativos por si sós não se sustentariam: seria necessário agregar a eles outros atrativos comuns e combiná-los com facilidades que permitiriam a permanência e o acesso, que possibilitariam o deslocamento do visitante. Citando Acerenza, Bahl (2004), chama de produto turístico a compósita: atrativo/facilidade/acesso, e entende que essas características permitirão, sua venda e operacionalização pelo mercado.

> A existência de atrativos, no caso, recursos turísticos para a composição de um produto turístico, terá que contar com o suporte para o desenvolvimento

> da atividade, visando o atendimento dos viajantes, isto é: transporte, alimentação e hospedagem, que fazem parte do entorno do atrativo, associados a outros elementos urbanos que o núcleo deverá possuir. (BAHL 2004, p. 26).

Isso posto, os potencias atrativos turísticos não atenderiam à demanda turística por si sós: eles necessitariam, para que houvesse a composição de um produto turístico, de estrutura de recepção e de atendimento a visitantes.

É importante colocar que as atrações turísticas podem ter uma maior aproximação com a demanda, intensificando seu uso, dentro das suas limitações físicas, e proporcionando maior fruição do atrativo pelo visitante, ou seja, um museu, por exemplo, além de suas salas de exibição, pode contar com cafeterias, lojas de suvenires ou com área de gastronomia, a fim de proporcionar ao visitante uma experiência mais vívida da atração, e não, apenas contemplativa.

Cooper et al (2002, p. 136) colocam que

> a oferta turística apresenta um padrão complexo no mundo, porque se localiza em ambientes diversos e em contextos econômicos e sociais diferentes. Está, também, continuamente em expansão, à medida que os limites do prazer alcançam lugares cada vez mais distantes e remotos

Com o crescimento da demanda, e também com o desenvolvimento das suas peculiaridades, o planejamento e o gerenciamento adequados da oferta têm se apresentado como a saída mais racional para o atendimento com sucesso das localidades. Cooper et al (2002) apresentam a partir desse entendimento, algumas características comuns às destinações turísticas, a partir das quais podem ser observadas particularidades, a fim de definir a identidade da oferta: são amálgamas

(um núcleo de atrações, amenidades, acesso e serviços); são experiências culturais; são inseparáveis em relação à produção e consumo; e são utilizadas não apenas por turistas, mas também por outros grupos.

As destinações turísticas, bem como sua oferta, evoluem no tempo, seja em termos de suas instalações e serviços, seja em relação à matéria-prima turística, trabalhando para que um recurso turístico passe a ser um atrativo turístico. É bem verdade, que este não é um processo simples, e diversos fatores podem concorrer para que isso aconteça Cooper et al (2002) citam alguns deles: taxa de desenvolvimento da destinação turística; vias de acesso; diretrizes governamentais; destinações concorrentes; e tendências de mercado.

Um plano de crescimento da oferta tem que contemplar o volume e a distribuição dos investimentos necessários para conseguir os níveis de expansão desejados. É dizer que o planejamento – para a expansão da oferta turística – deve levar em conta seu objeto, objetivos claros, prazos e, também, um processo de avaliação periódica. Como em todo planejamento turístico, as redes de informações têm destaque, e, nesse caso, no sentido de manter os profissionais envolvidos com as atualizações de mercado, inclusive e especialmente, de tendências, para que possa ser atingida de forma mais clara a demanda desejada, diz Beni (1998).

4.1.1 Atrativo e recurso

Com alguma freqüência vêem-se os vocábulos: *atrativo* e *recurso* sendo utilizados como sinônimos. Numa análise mais aprofundada dos conceitos, percebe-se que a compreensão correta de seu significado respeita os alcances dos mesmos, levando a uma precisão metodológica para um bom planejamento do turismo.

O vocábulo *recurso* teria, para Dominguez de Nakayama (1994), suas origens no latim, e que o Direito romano apropria-se dele para expressar revisão de ação judicial. A partir daí, a economia lhe confere conotação especial: “elementos que se pode lançar mão para acudir a uma necessidade ou levar a cabo uma empresa” (p. 23). Dessa forma, um recurso seria um elemento com dois adjetivos: “aptidão e disponibilidade” (p. 23). Daí, trazendo para o turismo, o recurso turístico deve ter, obrigatoriamente, possibilidade de fruição.

A palavra *atrativo*, vinda do latim, explicada por Dominguez de Nakayama (1994), seria aquele que atrai ou seja, aquilo que pode trazer para si. Turisticamente falando, um atrativo deve ter o poder de atrair pessoas para sua fruição. Mas, ao fundir os conceitos de *recurso* e *atrativo*, para chegar ao turismo, percebe-se que não basta atrair, é preciso ter condições para uso turístico. Não raro, lugares sagrados atraem e despertam a curiosidade de visitantes, mas muitas vezes não são passíveis de visitação, ou seja, não estão disponíveis para o turismo. Então, não podem ser encarados como recurso turístico; é dizer, que mais que atrair, os marcos de interesse turístico devem ter possibilidade de uso, como já foi citado: disponibilidade e aptidão.

A aptidão, especialmente, interessa ao turismo, pois estar apto para o turista, é permitir condições para tal, ou seja, é dispor de meios de acesso físico, saciar necessidades de alimentação, de hospedagem, e transporte, entre outros, pois, a disponibilização nem sempre está nas mãos do planejador. Por exemplo: Como proceder para que autoridades religiosas para que autorizem visitações turísticas a conventos? Mas, tratar de prédios de interesse histórico, a partir de restauros e

revitalizações pode ser uma ferramenta de intervenção na disponibilização do atrativo.

Definido por Dominguez de Nakayama (1994, p. 24) os recursos turísticos podem ser “elementos com suficiente valor, atrativos, aptos e disponíveis, sobre os quais uma comunidade pode basear sua atividade turística”. É dizer que os recursos turísticos seriam a base da compósita da formatação de produtos turísticos apregoada por Bahl (2004): atrativo; facilidade; e acesso.

4.2 Produto turístico

O produto turístico poderia ser explicado como sendo uma das razões de ser do mercado turístico: compondo a oferta e atendendo à demanda. Pode-se a partir disso, definir o produto turístico: são os bens e serviços prestados e passíveis de comercialização e fruição, englobando as atrações turísticas, os serviços de hospedagem, a alimentação, o transporte, os guias e outras amenidades e serviços encontrados nas localidades turísticas.

Ruschmann (1991, p. 11) explica que o produto turístico

> é composto de um conjunto de bens e serviços unidos por relações de interação e interdependência que o torna extremamente complexo. Suas singularidades o distinguem dos bens industrializados e do comércio, como também dos demais tipos de serviços.

Lage e Milone (1991) consideram as atrações turísticas como sendo os elementos do produto turístico que determinam a decisão do turista em visitar este ou aquele lugar. E colocam ainda que as facilidades por si sós não gerariam fluxo, mas que sua ausência barraria a demanda. Embora alguns hotéis e meios de

transporte sejam atrações por si próprios, a colocação dos autores torna-se pertinente, e toca ao planejamento turístico de uma localidade, no sentido de direcionar seus produtos e de dar condições de fruição a eles pelos turistas. Essas condições podem ser traduzidas em meios de transporte de e para localidade, serviços de hospedagem e gastronomia e outros que completem a experiência turística.

Andrade (2002, p. 100) explica que o produto turístico seria composto de atividades e serviços relacionados a empreendimentos de: “hospedagem [...], aos bens de alimentação [...], aos transportes [...], aos produtos típicos locais [...], além de visitas a locais diversos e utilização de equipamento de lazer e de divertimento, tanto naturais como artificiais”. O mesmo autor salienta ainda a importância de a destinação turística “reciclar-se e redimensionar-se, de modo constante, para manter ou melhorar suas possibilidades nas funções de receber, ocupar, distrair e prestar assistência eficiente a todos quanto a eles se dirigirem”. (p.21).

Boullón (1990, p. 164) comenta que o produto turístico “é um termo que se usa para qualificar a classe de serviços que formam a oferta turística”. O autor divide o produto turístico em duas partes:

a) “o componente primário: é aquele que está integrado pelos atrativos turísticos (os quais vêm a ser algo como a matéria-prima do turismo) e pelas atividades turísticas”. (p. 164);

b) “o componente derivado: refere-se aos serviços de alojamento, alimentação e transporte, e mais outros complementares, como: informação de câmbio de moedas, etc.” (p. 164).

Tratando ainda de componentes de produtos turísticos, Lima (1999, p. 67) salienta que

> técnica e acolhimento constituem as componentes essenciais de qualquer produto turístico, o que coloca o fator humano em posição privilegiada para constituir a diferença, ou seja, para materializar uma vantagem competitiva, que identifique um destino e que lhe permita estabelecer um ciclo de vida estável e com aptidões para uma progressiva renovação e utilização.

É o mesmo que, dizer que para esse autor, o fator humano seria o grande diferencial de um produto turístico, colocando-o, ou não, na preferência da demanda.

O atrativo turístico como produto, segundo Boullón (1990) ditaria as condições ao desenvolvimento da atividade turística na localidade, porque tudo o que se pode fazer em qualquer lugar, o qual se deseja constituir turisticamente, dependeria da categoria e da hierarquia do atrativo, ou dos atrativos de base. Depois estariam as atividades que justificam o desenvolvimento, porque seria por meio delas que, se tornaria concreto o uso de um atrativo.

Bahl (1994, p 40) explica que o produto turístico pode ser “um destino turístico específico, ou um agregado de destinos turísticos, apresentados sob forma de roteiros ou pacotes turísticos”, da mesma forma que a “oferta turística não pode ser apresentada de forma isolada ou dissociada dos seus componentes, o produto turístico também se apresenta como um agregado de bens, serviços e atrativos”.

Quanto às características gerais dos produtos turísticos estão baseadas

> no fator tempo; é irrecuperável se não for usado; não pode ser acumulado; não pode ser transportado nem transferido; sua matéria-prima não se agrupa; é extremamente dinâmico e instável, pelos gostos, preferências, modas; opcional na escala de necessidades do consumidor. (BENI 1998, p. 164).

Produto turístico, portanto, se destaca dos demais produtos pela sua perecibilidade e intangibilidade, pois se não for consumido, não pode ser estocado e depois de seu consumo, o turista ficará apenas com sua lembrança. Entretanto, outras características de produto turístico podem ser salientadas, tais como: atratividade, facilidades que o cercam, e acessibilidade. Essas características podem compor um produto turístico, permitindo, sobretudo, a fruição satisfatória por parte do turismo e a sua comercialização no mercado.

4.2.1 Tendências para produtos turísticos

Sérgio Molina (2003) explica que o turismo seria caracterizado, atualmente, pela conduta de consumo dos turistas, porque tal consumo tenderia a se fragmentar cada vez mais, tornando-se menos homogêneo, para atender a demandas cada vez menos homogêneas. Molina (2003, p. 89) cita dois tipos de produto que têm mostrado êxito contemporaneamente: “produtos de alta tecnologia como parques temáticos” e “os produtos que exploram os recursos ou situações culturais e sociais”. Os produtos citados pelo autor podem ser justificados, dentro da heterogeneização da demanda, por suas variadas atrações que cada um pode oferecer, atendendo a uma diversificada gama de turistas com suas preferências.

Sobre o viajante contemporâneo, Avighi (2000, p. 102) explica que em relação ao turista de outrora residem algumas diferenças:

> Saem de cena o consumista da zona franca, o turista ostentatório, os roteiros clássicos. O viajante de vanguarda busca a realização interior e dá ênfase ao meio ambiente e à compreensão da cultura e da história de outros lugares, quer conhecer povos e se enriquecer culturalmente. Percorre roteiros não visitados e elabora seus próprios itinerários.

O autor afirma que sempre haverá o turista de compras, e que esse seria sempre bem-vindo nas localidades pelo incentivo que dá ao comércio local, mas que pouco a pouco o turista deixaria as massas para não mais apenas contemplar, mas também conviver, vislumbrar o novo, o diferente. Justifica o dito colocando que “a articulação mediatizada entre o global e o local gera uma representação sobre lugares e povos e incita a vivenciá-los” (p.103), pois com meios de comunicação tão eficientes e presentes, as informações sobre todas as partes do mundo podem rapidamente ser propagadas no âmbito global, gerando para o turismo, o que Avighi (2000, p. 102 grifo do autor) chama de “a volta do turista “viajante””, este turista teria a necessidade de sanar curiosidades sobre o mundo, buscaria produtos turísticos que provocassem a sua imaginação, pois haveria “um imaginário local que se põem no imaginário global por meio da mídia”. (p.105).

Quanto à formatação de produtos turísticos, Gastal (1999) explica que a cultura deixou de ser uma motivação de viagem para ser um insumo específico em si. Azambuja (1999) elenca, além e dentro da cultura, como mote de produto turístico, a gastronomia típica das localidades, ou que pelo menos essa viria a reforçar produtos turísticos daquelas, trazendo experiência a um produto diferenciado que estaria muito além do suvenir. Porém, não apenas Azambuja coloca a gastronomia como tendência, mas também Schlüter (2003, p. 70) o faz:

> A gastronomia como patrimônio local está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os atores da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade. A gastronomia faz parte da nova demanda por parte dos turistas de elementos culturais.

Colocar a gastronomia em evidência em experiências turísticas, especialmente com as de com cunho cultural, seria também preencher essa vivência com sabor e aroma que tornariam o produto turístico único, permeando as lembranças do visitante sobre tão peculiar ponto de cultura de localidades visitadas.

Bahl (1994) aponta também, como inserida na cultura, a importância dos produtos turísticos advindos dos legados culturais deixados e/ou construídos pelas levas de imigrantes, com especial destaque para a sua arquitetura, cujas marcas estão presentes em boa parte do território nacional. Essa observação de Bahl pode ser encarada como uma tendência, dentro do apontado por Molina (2003), por Avighi (2000) e por Gastal (1999), que coloca a etnicidade construída pelas imigrações, por se inserirem em contextos culturais e sociais, porém diferenciadas da cultura central nacional de uma localidade, conferindo a ela (etnicidade) *nuances* de diferenciação. Sem embargo, essa etnicidade também atenderia à tendência que Azambuja (1999) aponta: o prazer gastronômico, pois não raro esse vem acompanhado de legado culinário.

Gastal (2002a, p. 128) vê a cultura como “um processo de síntese de saberes de uma determinada comunidade que, num determinado momento, gera produtos específicos, com uma profunda carga simbólica”. Contudo, Gastal (2002a) percebe que o turismo de massa apropria-se da cultura com restrições, ao priorizar as manifestações arquitetônicas e folclóricas, não raro estereotipadas, ou os grandes ícones culturais, deixando o contexto que a gerou em segundo plano. A mesma autora ainda observa que a valorização da cultura, como produto de turismo, dar-se-ia quando o entendimento relativo a ela passasse a ser relacionado a “um processo vivo de um fazer de uma determinada comunidade” (p. 127). É dizer, olhar para além

dos grandes ícones culturais que já estariam sob o uso e a exploração do turismo de massas, e vislumbrar a contextualização, o detalhamento intrínseco daquela comunidade visitada, como esta traçou sua trajetória, como processa o passado e constrói o presente. Seria, então, ansiar para um turismo para além das massas, para além dos consumismos, e trabalhar para a atração de visitantes dispostos a viver novas experiências.

Também Lima (1999) colabora com a reflexão comentando que, na atualidade, a alta cultura já não teria um valor maior do que a cultura popular e que o turismo cultural uniria essas duas culturas. Além do que

> integraria a cultura enquanto processo e enquanto produto. Enquanto processo, pelo qual um povo se identifica consigo próprio e sua forma de vida: a autenticidade. Enquanto produto, pela operacionalização de um conjunto de recursos, infra-estruturas, serviços e criações culturais, oferecidos de forma organizada e regular num determinado tempo e lugar. (p. 62)

As observações de Gastal e Lima levam a reflexões da cultura como produto de vanguarda turística, e levam à compreensão de que não apenas os grandes ícones culturais teriam espaço nas configurações de produtos turísticos culturais, mas também a cultura viva das comunidades, os seus cotidianos, os fazeres e as mais simples manifestações dessas tornar-se-iam produtos turísticos passíveis de fruição do turista atento e curioso apregoado por Avighi (2000). Da mesma forma que esse autor comenta que sempre haverá espaço para os turistas de compras, é possível que sempre haja roteiros turísticos baseados nos grandes ícones culturais, mas o que se presta a salientar, neste momento, é a importância da valorização da cultura como um todo, para atender às demandas de um novo turista.

O destaque da etnicidade no momento contemporâneo, com especial relevância à sua forma dinâmica de organização e, a maneira com que as comunidades étnicas protegem e preservam manifestações culturais e os produtos e significados simbólicos delas provenientes, têm se apresentado como uma possível especificidade do turismo no sentido de despertar o interesse de público.

Nesse sentido, a etnicidade poderia figurar como um potencial turístico relevante no País, se, considerar o legado étnico proveniente das levas migratórias. Para tal, a formatação de produtos turísticos étnicos seria baseada nas marcas fortes dessas comunidades, tais como: arquitetura, gastronomia, festividades, grupos artísticos, artesanato e tantas outras aliadas às facilidades e acessos permissíveis aos visitantes.

Um olhar inicial sobre a comunidade árabe de Foz do Iguaçu, analisando suas especificidades como etnia, e, com vistas na oferta turística na cidade, poderia levar à aquiescência imediata do potencial turístico que a etnia é capaz de oferecer em termos de formatação de produtos.

Não obstante, o estudo aprofundado da cultura árabe e sua imigração para o Brasil, bem como as formas como a partir daí se (re)organizam podem levar a outras conclusões menos imediatas, sobretudo na crítica da acessibilidade dos seus bens por visitantes.

5 CONSIDERAÇÕES SOBRE A CULTURA ÁRABE

A região genericamente designada como Oriente Médio pode ser dividida em duas grandes partes: a Ásia Ocidental e a Península Arábica. Os principais pontos em comum, no dito mundo árabe, seriam o idioma comum, alguns aspectos culturais e a religiosidade, embora Mones (1964) e Hajjar (1985) enfatizem a presença, tanto de muçulmanos quanto de cristãos. Sobre a religião e sua significação para o Mundo Árabe, Hajjar (1985, p. 56) explica que entre os membros de todas as religiões, essa impregnaria a vida do cidadão em todos os seus aspectos, determinando comportamentos. São consideradas árabes, portanto, todas as pessoas que usam o idioma árabe no dia-a-dia e que se identificam com o modo de vida árabe.

Além disso, quase todos os países da região têm sua economia assentada na exportação de petróleo e num passado de traços coloniais. Sobre as colonizações e ocupações da região, Mones (1964) explica que o Mundo Árabe sofreu a invasão dos Cruzados, dos séculos XI ao XIV, depois, foram os mongóis, seguidos dos turcos otomanos que atacaram a região já bastante fragilizada. No início do século XX, os turcos entregaram suas possessões árabes à Inglaterra e à França, sendo que, ao longo da primeira metade do século XX, lentamente os países árabes foram conquistando sua autonomia sendo a Argélia o último deles a ter sua independência em 1962 (ALMANAQUE ABRIL, 2000).

A população árabe seria descendente de dois ramos: o primeiro, originário de Kahtan, filho de Heber, na quarta geração de Noé, e o segundo ramo, originário de

Ismail (filho de Abraão). Contudo, ainda haveria outra classificação mais prática do povo árabe, aquela que os divide em nômades e sedentários. Os povos nômades beduínos encontrar-se-iam principalmente nas regiões desérticas, por exemplo. A Arábia Central, região preferida pelos nômades, abriga também sedentários nas cidades. (WWW.ISLAM.COM.BR, 2004)

O Mundo Árabe moderno, muitas vezes chamado de Bloco Árabe, ocupa uma área do Sudeste asiático e todo o Norte da África formando um retângulo. Incluem-se nela os povos de língua árabe, os seguintes países: Arábia Saudita, Argélia, Baraein, Catar, Egito, Iêmen, Iraque, Jordânia, Kuwait, Líbano, Líbia, Marrocos, Omã, Sudão, Síria, Tunísia e Emirados Árabes Unidos, (HUSSEIN; HUSSEIN, 1996) e ainda o Território Palestino (vide mapa no Anexo D).

Parece pertinente diferenciar o *árabe* do *muçulmano*, pois, em muitas ocasiões, vê-se que esses dois termos são usados como sinônimos. *Árabe* seria o relativo à cultura e ao modo de vida das pessoas oriundas do mundo árabe; *muçulmano* seria aquele referente à religião islâmica. É verdade que 90% dos árabes são muçulmanos (ALMANAQUE ABRIL, 2000), todavia nem todo muçulmano é árabe; por exemplo, o Irã e a Indonésia, citados como países muçulmanos, possuem populações majoritariamente não-árabes. Estimativas afirmam que um bilhão de pessoas, de uma vasta gama de etnias, nacionalidades e culturas, desde o Sul das Filipinas até a Nigéria, professam a fé islâmica. Desses, cerca de 18% vivem no Mundo Árabe. (ALMANAQUE ABRIL, 2000). Por outro lado, árabes não-muçulmanos, como é o caso dos cristãos ortodoxos libaneses e sírios, dos egípcios cristãos coptas.

5.1 A Religião muçulmana

Muitas vezes é difícil discernir religião de cultura como no caso árabe-muçulmano, uma vez que a religião muçulmana supõe um completo modo de vida. O livro considerado para a religião, o Corão dita normas e condutas estritas para as mais diferentes atividades da vida de uma pessoa: higiene, forma de relacionar-se com os outros, alimentação (abate, preparo e consumo dos alimentos) e relações de trabalho e família, além das obrigações religiosas propriamente ditas, tais como as cinco orações diárias, o pagamento dos impostos religiosos, e outras (AL-KHAZRAJI, 1989). É necessário, portanto, ter clareza quanto às diferenças religiosas e culturais existentes na questão que, como já foi comentado, são bastante sutis, mas existentes, pois muitos costumes ainda usuais remontam ao período pré-islâmico, e nem por isso deixam de fazer parte do universo cultural árabe, tais como a observância da hospitalidade especialmente pelos povos do deserto e manifestações de dança e música, por exemplo.

A religião muçulmana no Mundo Árabe, segundo Hajjar (1985, p. 46), seria “mais importante que a identidade nacional”, haja vista cada grupo religioso ser considerado uma comunidade separada dentro do Estado, com larga influência sob a vida da população. Casamentos, divórcios, guarda dos filhos, heranças e outros aspectos jurídicos e cotidianos da vida do árabe seriam legislados de acordo com os preceitos de cada grupo religioso e administrados pelos seus respectivos sacerdotes.

Tratando da religião islâmica, Al Khazraji (1989) explica que o muçulmano acredita na origem divina de todas as grandes religiões monoteístas do mundo (Judaísmo, Cristianismo e o próprio Islamismo). O Corão declararia que Deus

enviara profetas a todas as nações para guiar o povo para a senda da verdade e da probidade e que o muçulmano deve acreditar e respeitar os fundadores de todas as religiões monoteístas.

Os principais pilares da fé islâmica são: o monoteísmo (crença em um só Deus); o professado (crença que os fundadores das religiões monoteístas seriam profetas de Deus); a crença no dia do Juízo Final; as cinco orações diárias (*Salat*); o jejum no mês considerado sagrado (*Ramada*); a peregrinação à cidade considerada sagrada (Meca - Arábia Saudita), que deve ser realizada pelo menos uma vez na vida, se o fiel tiver condições financeiras e físicas para tal e é chamada de *Hajj* e a caridade (*Zakat*). Existem ainda outros pilares secundários: a crença nos anjos criados por Deus; a culpa individual das ações; a completa autoridade de Deus sobre o destino dos homens; e na vida espiritual após a morte.

As principais ramificações dos fiéis islâmicos são: os sunitas, os xiítas, os druzos e os alawitas.

No Brasil haveria, segundo levantamentos, um milhão de muçulmanos dispersos pelo território nacional, sendo que as maiores comunidades encontrar-se-iam nos Estados de: São Paulo, Distrito Federal, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná, mais especificamente, em Foz do Iguaçu. (WWW.ISLAM.ORG.BR, 2004). A comunidade islâmica no País seria formada por “descendentes de árabes como libaneses que é a maioria, sírios, palestinos, egípcios e outras nacionalidades, somando-se a eles muitos outros convertidos brasileiros” (WWW.ISLAM.ORG.BR, 2004). O Centro de Estudos e Divulgação do Islã aponta no seu *site*, que em todo o País existiriam mais de cem mesquitas e salas de oração; na cidade de São Paulo, haveria cinco mesquitas, incluindo a primeira mesquita edificada na América Latina,

a Mesquita Brasil, a principal mesquita do País, que começou a ser construída em 1929. Ainda de acordo com as informações do referido centro, o estado do Paraná seria o segundo em números de centros islâmicos e mesquitas, e que estariam espalhados por todo o Estado, nas cidades de Curitiba, Foz do Iguaçu, Guarapuava, Maringá, Paranavaí, Londrina, Ponta Grossa, Paranaguá e São José dos Pinhais.

As principais construções islâmicas, de cunho religioso e de culto são as mesquitas; templos de orações; as *madrassas* (escolas formadoras de sacerdotes); e os *husseynies*, locais onde se ensina a história do Islamismo para os xiítas.

5.2 Cultura Árabe

Kemel (2000) expõem três elementos que compõem a manifestação das tradições culturais árabes como importante na socialização do grupo: a comida, a música, e a língua (falada e escrita). Dessa forma, segundo a autora, todas as manifestações e encontros que marcariam a sociabilidade desse grupo giraria em torno desses três itens.

5.2.1 Arquitetura e urbanismo árabe e islâmico

A arquitetura pode ser definida como: sendo “a arte e ciência de projetar e construir edifícios” (CHING, Francis 2000 p. 9). Contudo, Paniagua (2000, p. 59) comenta que arquitetura pode ser também “o conjunto de desenhos, projetos e edificações em uma área geográfica determinada, momento histórico concreto ou uma mesma função”.

A arquitetura árabe tem, nas edificações islâmicas, seus maiores exemplos de manifestações, apresentando-se com características próprias e muito diferentes dos prédios religiosos em outras regiões islâmicas. (STIERLIN, 1997).

Stierlin (1997) explica que, no período de expansão do Islã, a mesquita era um local único de oração, que ia ao encontro das necessidades da fé muçulmana e que se tornou o centro de um tipo específico de reunião dos fiéis. O autor ainda coloca que foi a partir do século VII que surgiram as mesquitas, com inúmeras variantes, consoante o local e ao clima. Para ele, a mesquita criou espaços nunca antes vistos, deu origem a novas formas arquitetônicas e introduziu inovações profundas na arte da construção, além de conceder à civilização islâmica um veículo ímpar para difundir a fé e a meditação coletivas.

Existem componentes que são obrigatórios a todas as mesquitas, cada qual com suas distintas funções no culto da religião, bem como uma origem particular. Stierlin (1997) as aponta: os minaretes são como torres, que identificam as mesquitas de longe, e é de lá que o *muezzim* chama os fiéis para as cinco orações diárias. O *haran* é a grande sala de oração, desprovida de bancos ou de qualquer outro tipo de assentos, nele se prostram os fiéis para as orações bem como para ouvir os sermões. Usualmente, o *haran* é coberto de tapetes. O *mihrab* é um nicho incrustado numa das paredes da mesquita, muito adornado e é uma das principais partes da mesquita, pois sinaliza a orientação obrigatória de posição para as orações ou seja, voltados à cidade sagrada de Meca. A parede que abriga o *mihrab* é chamada *qibla*. O *mambar* é o púlpito se localiza ao lado do *mihrab*, de onde são proferidas as prédicas.

Alguns desses símbolos são pré-islâmicos, como é o caso dos *mihrabs* que teriam suas origens nas sinagogas, com significados associados a noções de veneração e de divindade, sendo meramente adaptado ao conteúdo específico ao Judaísmo, Cristianismo e Islamismo (STIERLIN 1997).

As mesquitas, além da religião, simbolizam também a história de seus fiéis, e, em muitos casos afirmam a presença de uma comunidade islâmica inserida em uma sociedade não-islâmica. Casos como esses são comuns em diversos pontos da Europa e da América, onde há focos de imigração de muçulmanos, sobretudo árabes. Muito particularmente, no Brasil existem muitas mesquitas, legados da imigração árabe (libanesa, síria e palestina, principalmente) que é muito grande em todo território nacional.

Sobre a arquitetura árabe, para além das construções religiosas, Ale Ghazzaoui (2004) fala acerca do aspecto das habitações e explica que no Mundo Árabe,

> entra-se sempre nas residências por um saguão abobadado e estreito onde estão os criados, e em cujo extremo se desemboca num grande pátio, em meio ao qual rompe um esguicho, rodeado de salgueiros, chorões, laranjeiras, limoeiros, romanzeiras e plantas odoríferas que enchem a casa com o perfume de suas flores e frutos. (WWW.ISLAM.COM.BR, 2004).

Ghazzaoui (2004) ainda comenta que em torno do pátio correm diversos pavilhões que servem de quartos e salas, e salienta que, tanto as paredes como o teto dessas peças seriam bastante adornados, sendo ainda comuns nichos abertos nas paredes. Segundo o autor,

> o mobiliário compõe-se principalmente de um grande divã forrado de seda, bordado [...],e os restantes objetos reduzem-se a lâmpadas veladas e tamboretes com incrustações de nácar [...] porcelanas da China, vasilhas de

> prata e taças de café em pequenos braseiros de filigrana, narguilés, perfumadores, etc. (WWW.ISLAM.COM.BR, 2004).

Stierlin (1997) comenta que várias cidades se expandiram sob a influência do Islã, enquadrando-se no modelo da cidade árabe quanto ao planejamento, aos serviços públicos, ao saneamento e à integração. Suas universidades, escolas, bibliotecas, banhos públicos, áreas de lazer, jardins e sistema de água corrente e de drenagem eram, talvez, superiores aos de muitas cidades da Europa. Nesse mesmo período, em Córdoba (Espanha), em um dos centros islâmicos havia um sistema de iluminação noturna, já nos séculos X e XI.

Não apenas tratando de residências árabes, mas também da organização urbana, Ghazzaoui (2004) comenta que uma das partes de maior destaque das cidades árabes seria aquela onde se encontram instalados os bazares (*souqs*). Explica que cada cidade importante inclui uma série de construções que formam um bairro exclusivamente destinado aos comerciantes, cujo conjunto é o que se chama *bazar*, constando de um maior ou menor número de galerias, onde estão as barracas agrupadas segundo os artigos que nelas se vendem. “O bazar do Oriente é o local de encontro favorito dos transeuntes, e não raro o único ponto da cidade onde se pode gozar de algum lazer” (WWW.ISLAM.COM.BR, 2004).

5.2.2 Família árabe

As instituições mais importantes para o povo árabe, de acordo com Hajjar (1985) seriam a comunidade, a família, e a religião. A autora ainda coloca que “a maioria dos interesses do indivíduo são preenchidos na sua relação com essas instituições”. (p. 41). Tratando da comunidade, ela explica que o árabe dedicaria

toda sua devoção à aldeia ou à cidade da qual se origina, e que seria dentro desses espaços que as pessoas construiriam sua vida e sua identidade.

Kemel (2000) também atenta para a importância da unidade familiar para o povo árabe, e da relação de paternalismo. A autora comenta que este domínio patriarcal não findaria com a morte física do pai, porque mesmo após isso, os filhos e a mãe recorreriam aos ensinamentos por ele deixados.

Para Hajjar (1985, p. 42-43) a família árabe pode ser dividida em três grupos: a *família conjugal*: casal e filhos, com importância relativa; a *família grande*: que seria formada por três gerações, cujo chefe é o avô e sob seu teto vivem os filhos casados e os filhos e filhas solteiras. Tanto as mulheres como os filhos solteiros devem obedecer ao pai, e os chefes masculinos das famílias conjugais devem obedecer ao chefe da família grande. Quando o avô morre, as famílias conjugais se separam e formam suas próprias famílias grandes, e os solteiros vão viver com os irmãos casados.

O *grupo parentela*: que abrange todas as famílias grandes; esse grupo geralmente reside num bairro ou aldeia específicos. O casamento entre membros do mesmo grupo seria desejável para que esse se mantenha fortalecido. Esse terceiro grupo, *de parentela*, segundo Hajjar (1985) fora bastante debilitado devido ao processo migratório pelo qual os países árabes passaram. Inclusive, os parentes auxiliavam financeiramente os que desejavam imigrar, e ainda, tomavam conta dos membros da família que ficavam no país de origem. Com a prosperidade financeira os imigrados mandavam buscar os parentes, e depois as noivas.

Tais condições, segundo a autora, fragilizaram o sistema de parentela, pois à medida que declinava o número de membros do grupo, este perdia o controle sobre aqueles. Explica que em contrapartida, nos países de imigração (*mahjar*), a *família conjugal* se fortalecia com o declínio da parentela, pois os casais viviam em suas próprias casas com seus filhos e os criavam sozinhos, ainda seria comum a esposa auxiliar na administração dos negócios do marido, porém os avós ainda teriam uma posição de honra, e os filhos casados deveriam trabalhar com o pai.

Sobre o casamento, Hajjar (1985) coloca que persiste uma forte pressão para que os jovens escolham cônjuges de suas cidades ou de sua religião, havendo, todavia, interferência por parte dos pais nessa escolha. Embora houvesse um pouco mais de liberdade, o conceito de castidade, especialmente para as mulheres, prevaleceria de forma muito forte até a atualidade.

5.2.3 Língua

Outro aspecto relevante da vida árabe é o idioma, que para Hajjar (1985) junto com a cultura seriam produções indivisíveis para os povos do Mundo Árabe, que formariam a tríade com o social e, então, tenderiam a evoluir e a se modificar com o passar do tempo. Mones (1964) explica que o idioma árabe nasceu na Península Arábica e seria considerado uma língua semítica, cuja língua-mãe viria a ser o *ursemetisch*.

Tendo a região sofrido um grande êxodo, devido à seca e ao processo de desertificação, os semitas espalharam-se em busca de campos cultiváveis, havendo permanecido na península apenas os árabes propriamente ditos, que, por sua vez também se esforçaram para preservar seu idioma. (MONES 1964). Ao falar do árabe como língua, Hajjar (1985) explica que a importância dele teria tido início com o

advento do Islã, porque esse era o “dialeto da Arábia, berço do semitismo árabe, que iria conhecer uma consagração e divinização inéditas” (p. 59). Mones (1964) ainda aponta para algumas características fonéticas, não exclusivas do árabe, mas também de outras línguas semitas tais como o abissínio, o berbere, o caldeu, o aramaico, o nebateu e o hebreu, nos quais são freqüentes os sons guturais e os sons fortes. Os verbos seriam divididos em três tempos apenas: passado, presente e futuro.

Mones (1964) ainda chama a atenção para o fato de que nenhuma das línguas semitas conservou as características da língua-mãe como ocorreu com o árabe.

Quanto à escrita árabe, Mones (1985) explica que teria suas origens nas escritas do nabateu, porém, com o árabe, esse alfabeto teria adquirido características próprias no sentido estético, além de outras duas peculiaridades: “escrevem-se apenas as consoantes e as vogais longas. As vogais curtas são indicadas por meio de sinais de vocalização”. (p. 23).

O idioma árabe auxiliou seu povo a manter o legado cultural vivo até os dias de hoje, especialmente no tocante às produções artísticas e literária às quais os árabes tiveram uma larga dedicação, tendo sido de relevância as contribuições dos mesmos para a humanidade dentro das ciências.

Ainda sobre o idioma árabe, é possível destacar sua influência em outros idiomas, especialmente naquele de países que sofreram ocupação árabe, tais como: Índia, Espanha, Portugal, Itália (Sicília) entre outros, bem como pelo seu destaque nas ciências de modo que alguns termos árabes desse campo seriam utilizados até

hoje. O alfabeto árabe teria sido introduzido em outros idiomas, como no persa, no urdu e no turco. Esse último com a reforma de ocidentalização do país, no início do século XX, voltou a ser escrito com o alfabeto latino.

Dado seu grau de complexidade, o idioma árabe sofreu uma simplificação para uso corrente de seus falantes.Está dividido em: *árabe coloquial* usado no dia-a-dia pela população e pela mídia que teria agregado a ele alguns modismos e até mesmo algumas expressões estrangeiras, e *o árabe culto* que seria apresentado em sua forma completa e mais complexa, estando seu uso reservado à literatura e às religiões, especificamente, no Islã.

Mones (1964) explica que o árabe, como idioma, estaria dando provas de vitalidade por ter sobrevivido às invasões e colonizações, já que seria utilizado correntemente até a atualidade por jornais, emissoras de televisão e rádios, em livros, nas escolas, e sendo considerado, portanto, o idioma oficial de todos os países do Mundo Árabe. O mesmo autor ainda coloca, sobre o árabe coloquial, esse veio para tornar o árabe uma língua padrão no mundo árabe: “Atualmente, está nivelando os diferentes dialetos árabes nos próprios países árabes e aproximando-os uns dos outros”. (p. 33). Ainda é celebrado o fato, pois esse seria um importante passo para a união dos Estados árabes e o seu entendimento, mesmo que custasse o desaparecimento de alguns dialetos.

Nos países do *mahjar* Hajjar (1985) vê um interesse crescente pelo idioma árabe por parte dos descendentes dos imigrantes, e isto se daria, segundo a autora, pelo fato de a região de seus pais e avós estarem com freqüência, na mídia, pois “estão ligados a uma imagem negativa provocada pelo mito dos petrodólares e dos terroristas” (p. 64) a fim de tentar entender os conflitos pelos quais seriam acusados.

Atualmente, passados alguns anos desde que Hajjar escreveu seu livro, a evidência midiática continua cada vez mais forte em relação à negatividade relacionada com os países do Mundo Árabe.

5.2.4 Trajes tradicionais

Enquanto muitos árabes se vestem com roupas no estilo ocidental, ainda é possível, muitas vezes, verem-se homens usando longas túnicas brancas conhecidas como *thobe*. Originalmente desenhada para refletir o calor do sol do deserto e deixar o ar circular, a *thobe* ainda está de acordo com o princípio da modéstia na vestimenta, chamada *hijab* pregado pelo Islã. Sobre sua cabeça, os árabes usam a *ghutra*, um largo tecido quadrado dobrado em diagonal, vestido sobre a *kuffiyah* e fixado no lugar pela *igaal*, uma corda dupla trançada. Por cima do *thobe*, um tipo de xale chamado *bisht* ou *mishlah* é usado no frio. É normalmente feito de lã leve ou de pêlo de camelo tingido de preto, creme, ou marrom, e bordado com fios dourados. Essa vestimenta representa o código oficial de roupa para os árabes na Península Arábica.

Um texto falando sobre trajes típicos árabes em *site* da internet da Sociedade Beneficente Islâmica de Foz do Iguaçu explica que não haveria uma homogeneidade plena em relação às roupas árabes, tanto na África como na Arábia; contudo, devido à variedade de formas, seria possível perceber uma certa semelhança, pois as vestimentas reduzir-se-iam a uma espécie de túnica e capa, “azul ou escura no Egito; branca na Argélia; e na Síria com listas brancas e pretas”. (WWW.ISLAM.COM.BR, 2004). A peça com que cobrem a cabeça seria talvez o que mais mudou, de acordo com o texto: “No Egito usa-se o *fez* (chapéu de feltro vermelho com bordas pretas) e o turbante, na Síria o *kafiah*, lenço de cores vivas

amarrado na cabeça por um cordão de pêlo de camelo, e na Argélia um véu branco sujeito do mesmo modo". (WWW.ISLAM.COM.BR, 2004).

As roupas das mulheres são também largas e soltas e, dependendo da região, o embelezamento e estilos variam. As mais tradicionais mostram motivos regionais ou tribais, e são decoradas com moedas, contas, fios metálicos ou bordados. Em respeito à religião islâmica, a maioria das árabes muçulmanas cobre a cabeça, as orelhas, e o pescoço quando estão em público com um tipo de gaze preta chamada *shayla*. "As túnicas, incluindo os turbantes são um segredo para sobreviver às sufocantes regiões de deserto árabe. Eles dão proteção para os nômades (beduínos) do meio ambiente árido e das tempestades de areia". (CARDOZO et al 2000, p. 42).

Ainda com relação aos trajes femininos, o texto da Sociedade Beneficente Islâmica de Foz do Iguaçu explica que somente haveria variações nas classes mais abastadas, pois, entre as menos favorecidas:

> compõem-se geralmente de uma longa túnica de pano, amarrada na cintura, e de um véu que lhe cobre o rosto deixando ver apenas os olhos. O vestido consiste no Egito de uma simples túnica de algodão azul, vestígios de corpetes ou de espartilho, colete usado por mulheres para comprimir a cintura e dar elegância ao corpo, são artifícios usados no Oriente como no Ocidente. [...] Para não ocuparmos mais do traje quando estudamos os árabes das cidades, acrescentaremos que nas classes mais abastadas os vestidos, se bem mais complicados são sempre muito graciosos, constituidos em túnicas de seda ou gaze, curtas jaquetas bordadas a ouro. Na rua as mulheres andam sempre envoltas num amplo manto, a cabeça coberta por um véu. (WWW.ISLAM.COM.BR, 2004).

Os trajes tradicionais, os elementos que os caracterizam, bem como seus diferentes usos, marcam a expressão cultural árabe, se mostrando como elemento diferenciador desse povo.

5.2.5 Festividades, danças e música

Festividade pode ser definida por: “festa de grandes proporções; festa de cunho religioso ou cívico”. (FRANCO, et al, 2004, p. 1333).

Kemel (2000) falando sobre as festividades árabes, explica que são muito importantes especialmente as de cunho familiar. Nessas ocasiões, sempre haveria comida árabe, música e, em alguns casos dança também.

A música árabe é mais do que um pano de fundo para a dança: expressa sentimentos em uma grande complexidade de notas. Sabonge (2004) em seu *site* na Internet, “A arte da dança do ventre”, explica que

> ao contrário da música ocidental, ela não desenvolveu o uso da harmonia. A razão básica é que harmonia depende de um sistema tonal fixo (um espaço invariável entre notas). Toda escala na música árabe tem certas posições fixas – tons e meios tons – como na música ocidental, mas entre eles existem notas sem lugar fixo e que caem em posições ligeiramente diferentes numa escala cada vez que são tocadas. [...] Dentro do elaborado sistema de escalas da música árabe, os instrumentistas têm espaço para explorar a melodia, mais ou menos da mesma forma parecida que uma improvisação de jazz. Isto é feito utilizando a melodia e tecendo padrões complexos ao redor dela, do mesmo modo que a arte islâmica começa com um motivo central e ornamentos ao redor dele para construir os padrões arabescos”. (WWW.LULUSABONGE.COM.BR, 2004).

Os principais, e mais utilizados instrumentos musicais árabes de acordo com Sabonge são: *taqasim* (percussão), *nai* (flauta de bambu), *kanoon* (como uma harpa), e o *derbake* (percussão). Sabonge ainda cita os principais ritmos musicais árabes: *tarab, atéba dalaouna, zajal, nadb, mawwal, andalousiyyat* ou *mouwashahat, qudud halabiyya, raí, baladi, wahda wo noz, said, malfuf-saudi* ou *khaleege, masmoudi, ayub, tschiftitili* e *rush*, sendo quase todos acompanhados por cantores, e

as canções são compostas em rimas. Cada um desses estilos musicais conta com formas específicas de dança.

A dança é uma parte integrante da música árabe, ambos têm fortes raízes que remetem ao passado da cultura árabe. (HUSSEIN; HUSSEIN, 1996). Ambas as músicas e a dança fazem parte do dia-a-dia no Mundo Árabe; pessoas se encontram, tocam e dançam como parte do cotidiano. A dança e a música tradicional são também elementos importantes em ocasiões especiais como: casamentos, celebrações religiosas e aniversários.

Hussein e Hussein (1996), a respeito das danças tradicionais, teorizam que as execuções da dança e da música têm sido preservadas em alto grau por tribos especiais ou por famílias extensas que, tradicionalmente, trabalham com entretenimento como, por exemplo, a *Ouled Nail* na Argélia e a *Ghawazee* no Egito, que preservam, segundo os autores, as danças em sua forma original.

A *Guedra* é uma dança do Sul do Marrocos, na qual as atitudes e os movimentos têm sua origem num simbolismo antigo, ligado à feminilidade e às diversas atividades realizadas pela mulher marroquina, tais como: cozinhar, cuidar da casa, dos filhos e do marido. (SABONGE, 2004).

O *Tahtib* (utilização do ritmo conhecido como *Said*) é uma dança tradicional masculina. Hoje em dia também é praticada por mulheres, numa versão mais suave, conhecida no Brasil como *Dança da Bengala*, ou *Dança do Bastão*. Homens egípcios têm sempre consigo um longo cajado para reunir rebanhos, caminhar e se proteger. Sua dança chamada *tahtib* é uma falsa luta iniciada pela música. O nome pelo qual a *Dança da Bengala* é conhecido em árabe é *Raqs Al Assaya*.

Conhecida no ocidente como *Dança do Ventre*, e em árabe como *Raqs Sharqui* (Dança do Oriente) acredita-se que ela exista, há mais de mil anos. (SABONGE, 2004). Há muitas teorias sobre suas origens, uma das quais remete à Índia de onde foi difundida ao Ocidente pelos ciganos. Outros dizem que ela nasceu no antigo Egito, e seria uma dança para celebrar a fertilidade feminina. Também se acredita que a dança existiu como forma de arte nas cortes, tanto sob o Império Romano quanto mais tarde no Império Otomano (Turquia). Durante essa época, imagina-se que a dança possa ter se espalhado por todo o Mundo Árabe. Infelizmente, a documentação existente sobre o tema é difícil de ser interpretada, pois dança é uma arte visual, e o que se tem é a visão subjetiva do espectador que a assiste. Não poderia deixar de ser registrado, que a *Dança do Ventre* é hoje uma modalidade bastante difundida e praticada em todo Mundo Árabe, tendo se tornado inclusive um símbolo da arte árabe no Ocidente.

A dançarina Kareemah Nurham, em seu *site* na internet aponta as principais modalidades da dança do ventre:

Raks El Sharqi (estilo clássico): a parte superior do corpo é mais enfatizada que a inferior, alguns passos de balé clássico também são utilizados.

Dança dos Sete Véus: é um estilo considerado sagrado, onde cada véu corresponderia a um grau de iniciação.

Raks El Shemadan (Dança do Candelabro): simboliza o equilíbrio entre o céu e a Terra. É apresentada, geralmente, em festas e casamentos, representando o renascimento e o caminho de luz que o jovem casal irá trilhar, com prosperidade.

Dança do Jarro: no Egito, é originária dos rituais de nascimentos. A bailarina coloca um jarro-d´água na cabeça e faz movimentos artísticos. Também simboliza as mulheres que saem de suas tendas e vão buscar água no rio Nilo.

Khaleege ou *Soudi*: essa dança teria origem no Golfo Pérsico e nos Emirados Árabes Unidos*.* É dança típica de festas e reuniões familiares.

Milaya A'Laff (Dança do Lenço Enrolado): é executada por mulheres dos subúrbios da cidade do Cairo*.*

Dança das Taças: simbolizaria a espiritualidade e a festividade, como o casamento e a maternidade. A bailarina traz em suas mãos duas taças, onde se encontram velas acesas.

Zhar: tradicional dança ritualística de países como o *Sudão, a Líbia* e, sobretudo *o Egito*. Para alguns estudiosos, o *Zhar* seria executado com o intuito de limpeza espiritual e expulsão dos espíritos malignos.

Baladi: dança homônima ao ritmo, é típica dos migrantes camponeses que vivem em grandes centros, como Alexandria e Cairo. A *Dança Baladi* é presença certa em qualquer espetáculo e/ou apresentação de Dança do Ventre. É ágil, marcada, vibrante e, muitas vezes, alterna momentos de aceleração diferenciados.

Solo de *Derbake*: o *derbake,* principal instrumento de percussão, estabelece um diálogo com o corpo da bailarina, que interpreta cada som e cada ritmo que soa com os seus quadris, seguindo a dinâmica da música.

Raks Al Assaya (Dança da Bengala): originária do Sul do Egito, essa modalidade é bastante popular e, em geral, é executada no ritmo *Said*.

Dança do Pandeiro: provável origem cigana-egípcia, a Dança do Pandeiro é bastante alegre.

Snujs: no Egito antigo, as bailarinas costumavam estalar os dedos para acompanhar o ritmo da música. Tal costume evoluiu com a utilização de pequenos instrumentos metálicos chamados *snujs*.

Dança do Punhal: reverencia a deusa Selkis, a Rainha dos Escorpiões. O simbolismo representa a morte, o sexo e a transformação. Teria sua origem na Turquia, e a bailarina causa suspense ao passar o punhal bem próximo ao público.

Outras manifestações de dança podem também ser citadas: o *dabke*, dança masculina cuja origem seria o Líbano, quando os homens reuniam-se para consertar os telhados de barro, batendo os pés sobre o mesmo. Posteriormente, incluíram instrumentos musicais para estimulá-los a trabalhar no frio, e então, criou-se o *dabke*. Conforme o tempo passou, o *dabke* se tornou uma das tradições libanesas mais famosas. Hoje o *dabke* é performance em toda casa libanesa. (HTTP://WWW.KFSSYSTEM.COM.BR/LOUBNAN/DABKE.HTML, 2004).

A *Tannura* (Dança da Saia), também é uma manifestação masculina de origem egípcia, de expressão coletiva, como individual.

Para Hajjar (1985, p. 75) a formação de grupos de danças e música árabe nos países do *mahjar* é

> de importância vital, tanto cultural como artística, além de ser fator de aglutinação da juventude ao redor de um objetivo cultural e patriótico. É a forma que o jovem encontra para expressar sua ligação com a terra de origem de seus pais sem se envolver com as disputas e diferenças religiosas, políticas e ideológicas que tantos transtornos têm causado à pátria de origem.

Festividades e celebrações: o povo árabe conta com diversas festividades ao longo do calendário anual, quase todas elas relacionadas à religião islâmica: 1º dia do ano árabe (*hejra*): quando todos se reúnem na *husseiniey* (templo religioso xiíta) para felicitar e ouvir palestras sobre a data; *Ied al Fiter*: celebra-se a finalização do jejum do mês de *Ramadã*. É uma festa que conta com orações e felicitações. Ocasião em que usam roupas novas e coloridas, dão dinheiro aos mais necessitados, dão brinquedos às crianças e, em especial praticam o bem ao próximo, como forma de alegria; *Ied al Adha*: no final do *Hajj*, essa celebração ocorre em todo o mundo, com orações e agradecimentos. Também nessa ocasião dão dinheiro aos mais necessitados. Este é o 10º dia do mês islâmico de *Heja*, e também é o dia em que acreditam ter ocorrido à concepção do último capítulo do *Al Corão*; *Ashura*: É celebrado no mês árabe de *Muharam*, que é considerado um mês triste para os xiítas. É guardado luto do primeiro ao décimo dias desse mês pela morte do neto de Maomé. Em todos esses dias reúnem-se nas mesquitas e *husseiniyes* para contar e relembrar, com muita tristeza, os momentos difíceis que precederam a morte do *Imam* Hussein, neto de Maomé. Também são celebradas as datas de nascimento e morte de Maomé e de toda a sua linhagem. Os xiítas em especial celebram o nascimento e a morte do *Imam* Ali e de *Saída* Fatma, ocasião em que se celebra também o dia da mulher muçulmana, o genro e a filha de Maomé. (CARDOZO et al, 2000).

O calendário utilizado para as celebrações islâmicas é o lunar, ou islâmico, que é regido pelas fases da Lua. Os meses do calendário islâmico são: *Muharam, Safar, Rabih al Awal, Rabih al Tany, Jamada al Awal, Jamada al Tany, Rajab Shaban, Ramadã, Shawal, Zo Al Kôda* e *Zo Al Huja*.

Ghazzaoui (2004) falando sobre os jogos no cotidiano dos árabes, explica que esses pouco diferiam dos outros povos, pois o árabe estaria familiarizado com “o xadrez, as damas, o baralho, também se usam muito o tiro ao alvo, a pelota, a esgrima de sabre” (Ghazzaoui, 2004). Os nômades, de acordo com o autor, praticariam o jogo do dardo, que seria uma espécie de torneio a cavalo.

5.2.6 Gastronomia

Pode ser definida como o conjunto de processos pelos quais as pessoas transformam os produtos em alimentos, contudo para a antropologia, a gastronomia reflete condições históricas, econômicas, sociais e culturais de modos que os processos gastronômicos não seriam idênticos de uma sociedade para outra. (BONTEM PIERRE *et al*, 1996).

O ato de cozinhar, no Oriente Médio, é permeado por uma forte carga histórica, cheia de tradicionalismo. Exemplo disso são algumas receitas conhecidas dessa culinária, como o quibe, por exemplo, que são preparados de diferentes maneiras nos mais variados vilarejos atendendo ao modo de fazer dos antepassados. Não somente por isso pode-se dizer que a cozinha árabe está arraigada ao passado, mas também pelo fato de o Mundo Árabe ter sido invadida inúmeras vezes, e manter a receita apresentava-se como uma necessidade para perpetuar as tradições. É evidente que, nessas invasões, alguns ingredientes e pratos foram introduzidos. Sobre isso, no caso específico do Líbano, Abrahão e Yazbek (2001, p 14-15) esclarecem que

> a tradição muçulmana preservou [...] o uso do azeite de oliva e do limão como temperos, manteve o predomínio da coalhada, o uso da carne de carneiro [...], as entradas (*mezze*), e incorporou o uso de amêndoas e nozes. Enquanto a influência francesa-maronita trouxe o vinho para a mesa e o vinagre para a cozinha, novos legumes, o cogumelo, e tornaram o tempero mais delicado para atender ao paladar dos turistas ocidentais.

> Essa diversidade, que recebeu influência de inúmeros outros grupos étnicos, faz da cozinha libanesa a mais rica e variada de todo o Oriente Médio.

Em cada região, ou país do Oriente Médio, encontram-se traços específicos no preparo dos alimentos. Ainda Abrahão e Yazbek (2001) citam:

- beduínos: a comida dos beduínos seria diferente para cada região do deserto, variando desde o cuscus, até a carne de camelo e de carneiro com o uso de coalhadas e tâmaras;
- Marrocos: conta com uma cozinha perfumada e condimentada;
- Líbano e Síria: em contraste com a delicadeza da comida marroquina, a comida nesses países seria mais rústica com variados usos de trigo;
- Egito: ainda algumas receitas faraônicas são utilizadas, enquanto outras, como o *falafel*, teriam sido introduzidas pelos cristãos coptas.

Berço de algumas das mais antigas civilizações da humanidade – babilônicos, sumérios, hebreus e outros – o Mundo Árabe também tem sua história refletida na produção, no preparo e no consumo de muitos alimentos, como é o caso citado por Abrahão e Yazbek (2001) dos sistemas de irrigação para cultivar diversos tipos de cereais e legumes na Babilônia e ainda de sofisticados processos de salgadura de peixes e carnes de modo a conservá-los por mais tempo. É na região dos rios Tigre e Eufrates, atual Iraque, onde havia muita confluência de mercadores e caravanas, que Abrahão e Yazbek (2001) acreditam ter acontecido grandes intercâmbios culturais que teriam para sempre mudado a maneira de cultivar, de preparar e de consumir alimentos, tornando então mais variada a gastronomia dos países vizinhos. As autoras citam especificamente o caso dos fenícios, que ocupavam um território

onde hoje é o Líbano, cujas navegações estenderam suas relações desde o Mediterrâneo até a China e a Índia, regiões de onde traziam e levavam muitas especiarias.

Com as invasões no Mundo Árabe, Abrahão e Yazbek (2001) comentam que a culinária da região (então levada para a Europa) conquistou o continente, o que fomentava mais e mais saques à região com o objetivo de levar mais especiarias. Os romanos, citam as autoras como exemplo, levaram da Pérsia o pêssego e a cereja; do Egito o figo; da Síria, Líbano, Palestina e Arábia, o trigo, a cevada, o carneiro, as vinhas, e as tâmaras. Também merecem destaque as invasões árabes pela Península Ibérica, Norte da África, onde outros novos sabores foram incorporados. Contudo, a invasão turca no Mundo Árabe, tenta impor sua cultura e lhe tolhe a própria cultura da região. Como salientam as citadas autoras, o árabe apegar-se-ia ao seu idioma, à sua música e às suas tradições culinárias, que eram passadas oralmente de mãe para filha.

Kemel (2000, p. 65) qualifica o ato de cozinhar no Mundo Árabe como um rito:

> Na cozinha, a elaboração da comida segue, passo a passo, a tradição oral do grande grupo ou de cada família. É a mulher que reproduz, em cada prato típico, a alimentação dos antepassados, através da qual seus familiares reviverão a terra de origem.

A mesma autora ainda complementa classificando a comida árabe como muito artesanal, como sendo de demorado preparo.

Abrahão e Yazbek (2001, p. 25-29) citam os principais temperos, ingredientes e especiarias utilizadas na cozinha árabe:

- água de rosas e água de flor de laranjeira (*mai ward u mai zahr*): usadas para perfumar pratos doces e salgados;

- anis (*yansin*): utilizado na fabricação de *árak* (bebida de elevado teor alcoólico) e na preparação de doces;
- amêndoas e nozes (*lauz u jauz*): utilizadas largamente em pratos doces e salgados, conferindo-lhes toques de refinamento;
- canela (*kirfy*): utilizada em pratos doces e salgados para acentuar aromas;
- cardamomo (*hab tel hein*): utilizado em pratos salgados, especialmente na Arábia Saudita e no Líbano, e para aromatizar o café;
- cominho (*kummun*): tem seu uso limitado mais à África; serve para preparo de molhos;
- cravo-da-Índia (*kabsh kurnfu*): muito usado em doces, mas também se for triturado com canela, pode ser usado em pratos salgados;
- erva doce (*chãmró*): usada em pratos doces e salgados;
- fava (*full*): conta com uma grande variedade de espécies e é muito apreciada em todo Oriente Médio;
- gergelim (*samsum*): é largamente utilizado em biscoitos, pães e doces. Ainda dele se faz uma pasta (*tahinne*), que é utilizada na preparação de inúmeros pratos;
- hortelã (*naaná*): com uso ilimitado, tanto em pratos doces quanto salgados e chás;
- malva-rosa (*aatar*): usada para aromatizar os mais variados pratos salgados e doces;
- manteiga derretida (*samneh*): tem o mesmo uso da manteiga fresca, mas, ao sofrer o processo de derretimento, pode ser armazenada por largos períodos;
- *mahleb*: pequena semente utilizada para aromatizar massas;
- *marcuch*: pequena erva com uso similar ao da malva;
- *mech*: pequeno feijão usado em sopas;

- *miski*: resina vegetal usada em doces;
- molho de romã (*homed reman*): pode ser um substituto para o limão no temperaro de pratos;
- pimenta Síria (*bahar halu*): junção de quatro especiarias: canela, noz-moscada, cravo-da-Índia e pimenta-do-reino; utilizada para condimentar pratos salgados;
- pistache (*fastu a halab*): pode ser usado como um aperitivo, ou como substituto da amêndoa;
- salsinha (*ba'dounis*): é a erva mais utilizada na cozinha árabe, em pratos salgados;
- *samé*: semente da flor do sumagreiro, e pode ser utilizada como substituta do limão;
- pinholi (*snooubar*): é o ingrediente mais sofisticado da culinária árabe, tanto pelo seu elevado valor de mercado como pelo seu sabor. É usado em recheios e molhos salgados;
- trigo (*barghul*): utilizado de várias formas (em sopas, massas, carnes) e substituindo o arroz;
- *zaatar*: é uma erva, que se for seca, pode ter o mesmo uso do óregano;
- *zauba*: tem o mesmo uso que o *zaatar*, é também usada em saladas.

O *summac* também é apontado como ingrediente da culinária árabe; é um pó vermelho e ácido extraído das frutas da planta *sumagre*. Ainda a essa lista, podem ser acrescentados como de destacado uso: o azeite de oliva e as próprias azeitonas; especialmente na região do Mar Mediterrâneo, a uva, suas folhas e o alho.

Esses ingredientes seriam utilizados em saladas, coalhadas, arroz, sopas, legumes e verduras refogadas, diversos tipos de grãos (trigo, fava, feijões), quibes, massas, verduras e carnes recheadas, peixes e numa incrível variedade de doces à base de tâmaras, nozes, amêndoas, mel, damascos e canela, com massas a base de semolina, usualmente.

A coalhada (*labne* e/ou *laban*) merece especial destaque, pois seria utilizada de diversos modos, em quase todo o Mundo Árabe, e nas três principais refeições do dia (café da manhã, almoço e jantar), bem como o pão. O pão no Mundo Árabe tem grande importância, pois esse é muitas vezes a porção de carboidrato da refeição. Das muitas variedades de pão no Oriente Médio, as mais conhecidas no Brasil são o pão árabe, o pão árabe caseiro e o pão sírio, tendo todos o mesmo uso.

Kemel (2000) explica que além de ingredientes próprios, a gastronomia árabe implicaria outros hábitos como comer alguns pratos sem o uso de talheres, usando o pão; a fartura com que servem aos convidados, os quais não devem recusar o que lhes é oferecido.

Kemel (2000, p. 87-88) conclui que a comida “é o elo de ligação entre os indivíduos de origem árabe. Ás vezes muito mais do que os nomes, ou os sobrenomes [...], a comida é motivo de reconhecimento entre patrícios, é motivo de aproximação e de troca de idéias”.

6 ÁRABES NO BRASIL

Hajjar (1985) comenta que a presença dos árabes no Brasil data de antes do advento da grande imigração, isto é, entre fins do século XIX e início do século XX. A autora explica que os primeiros árabes que vieram por volta de 1517, quando os portugueses começaram a embarcar os primeiros africanos para a América do Sul, que por sua vez seriam árabes e muçulmanos. “Chegando ao Brasil, eram submetidos à catequização e recebiam um nome cristão, e a partir daí, eram submetidos a um processo de despersonalização.”(p. 24).

Posteriores ao tráfico de escravos africanos, vieram levas de imigrantes de diversas partes do Mundo para substituir a mão-de-obra escrava no Brasil. Documentos do Memorial do Imigrante, em São Paulo, revelam que as primeiras levas de imigrantes árabes chegaram ao Brasil entre fins do século XIX e começo do século XX, provenientes do que se chamava *Grande Síria*, um território amplo, que englobava os atuais Líbano, Síria e parte da Jordânia, sob o domínio do Império Turco Otomano.

Lesser (2001, p. 92), falando da imigração árabe no Brasil diz:

> no século XIX, grandes números de imigrantes, tanto do Levante (Mashriq) como do Norte da África de línguas francesa e espanhola (Magreb), passaram a transformar o Brasil num dos centros do *mahjar* (literalmente, “países de emigração”, mas usado também para significar a “diáspora” árabe. Ao contrário das levas de imigrantes italianos, espanhóis e portugueses, tão ativamente buscadas pelos que tentavam mudar a composição social do Brasil, os sírios e libaneses vieram por conta própria, e sem alarde.

Em relação às imigrações que vieram para o Brasil, o grupo árabe se distingue um pouco das demais, pois de acordo com Cardozo e Biesek (2003) isso se deve ao fato de elas não terem sido dirigidas por seus governos, como aconteceu em outros países, como a Itália e o Japão. E essas estariam basicamente relacionadas com o domínio político nos países de origem, com a religião, e com fatores de ordem econômica.

Hajjar (1985) explica que os imigrantes árabes vindos ao Brasil seriam procedentes da Síria, do Líbano e da Palestina, e que, no período em que se inicia a imigração, os turcos otomanos ainda dominavam a região na qual grande parte dos imigrantes chegavam com passaportes turcos, daí serem até hoje erroneamente chamados turcos. No início do século XX, grupos de imigrantes árabes, já organizados promoviam, trabalhos de esclarecimento e diferenciação quanto à suas origens; além disso, realizavam campanhas na sociedade, especialmente em São Paulo, para melhorar a sua imagem no Brasil utilizando-se da imprensa e organizando campanhas assistenciais.

Truzzi (1995) comenta que a maioria dos árabes que imigraram ao Brasil preferiu estabelecer-se na cidade e ganhar a vida como comerciante autônomo a ir para as lavouras do interior, como tiveram de fazer outros estrangeiros, que já vinham contratados para o trabalho rural. Segundo um levantamento de 1934, apresentado pelo mesmo autor, 80% dos árabes viviam nos centros urbanos, contra 20% no campo – exatamente o contrário dos imigrantes japoneses. O objetivo era “Fazer a América”: ganhar dinheiro e voltar. Acabaram ficando e trazendo o resto da família.

As imigrações de famílias e grupos em número elevado tiveram completo desenvolvimento depois de 1880. A presença do imigrante árabe em todos os Estados brasileiros é registrada mesmo antes do término do século XIX. (TRUZZI, 1995). No Paraná, os árabes instalaram-se primeiramente em Paranaguá, mais tarde em Curitiba e, alguns, em Araucária, Lapa, Ponta Grossa, Guarapuava, Serro Azul, Londrina, Maringá e Foz do Iguaçu. Em Curitiba, apareceram em maior número após a Segunda Guerra Mundial, constituindo 10% da população da Capital. (PROJETO "ETNIAS NO PARANÁ", 1997).

Com base nos dados de Hajjar (1985) sobre a imigração árabe no Brasil, é possível construir um quadro para a melhor compreensão do movimento migratório:

Quadro 6 - Movimento migratório árabe para o Brasil

Grupos	Período	Características
1ª. leva	1860 – 1900	Constituída pela elite política e cultural do mundo árabe. A imigração era vista como uma "fuga" do domínio otomano e era também provisória. Em sua maioria eram cristãos provenientes do Líbano, principalmente.
2ª. leva	1900 – 1914	Constituída principalmente por parentes dos primeiros imigrantes. Os patrícios auxiliavam a chegada do novato ao Brasil, oferecendo emprego e moradia. Em sua maioria eram cristãos provenientes do Líbano e da Síria.
3ª. leva	1918 – 1938	Constituiu-se de muitos camponeses arruinados pela Primeira Guerra Mundial. Eram em grande parte analfabetos. Não viam na imigração um momento provisório; constituíram famílias, saíram da cidade de São Paulo em busca de novas oportunidades de comércio. Além de libaneses e sírios, os palestinos também integraram essa 3ª. leva de imigrantes.
4ª. leva	1945 – 1955	Motivada especialmente pelas incertezas políticas e sociais do Mundo Árabe com o fim da Segunda Guerra Mundial. Há uma forte presença de palestinos por conta da criação do Estado de Israel e libaneses descontentes com os novos rumos da política em seu país, pela sua independência e supremacia de alguns grupos no poder.
5ª. leva	1956 – 1970	Continuam os fluxos de libaneses e palestinos, e em menor número os sírios. Imigraram em busca de novas perspectivas de vida e em reação aos acontecimentos em seu país de origem.
6ª. leva	1971 – 1984	As razões desta leva são as mesmas da anterior, mas os destinos mudam um pouco. Entram por diferentes fronteiras do País: Mato Grosso, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Foz do Iguaçu. Isso se deu em função do amadurecimento alfandegário do Brasil em relação à entrada de estrangeiros, o que dificultava a vinda dos imigrantes, que passaram a entrar como turistas, muitas vezes sem visto, e depois reivindicavam permanência definitiva no País.

Fonte: Cardozo, Poliana. Baseado em Hajjar, 1985

6.1 Imigração árabe em Foz do Iguaçu

Estima-se que os primeiros imigrantes árabes chegaram em Foz do Iguaçu nos anos de 1940; novas levas vieram por volta dos anos de 1970 e 1990. Essa imigração foi motivada especialmente pelo comércio paraguaio e pela busca de maior qualidade de vida. Os libaneses e seus descendentes compõem cerca de 90% da comunidade árabe da cidade, seguidos pelos sírios, palestinos, jordanianos, egípcios e por outros de outras nacionalidades. Pelo menos 97% deles professam a fé islâmica na cidade em suas mesquitas. (CARDOZO et al, 2000)

A maior parte dos árabes e de seus descendentes pretende ficar no Brasil por toda a vida, inclusive, constituir família, até mesmo porque em sua maioria já são casados, e, desses, 59% têm filhos no Brasil, sendo esses filhos brasileiros ou não. Um total de 18% dos entrevistados têm filhos estudando em escolas árabes, na cidade. (CARDOZO et al, 2000)

A comunidade árabe dispõe de estrutura social com entidades representativas, espaços religiosos e gastronômicos, e seu patrimônio arquitetônico. Como representantes desse patrimônio são a mesquita, o *husseiniey*, a igreja, as escolas, e o clube. Concomitantemente à construção do patrimônio arquitetônico, se expressa a gastronomia, que pode ser desfrutada nos diversos restaurantes árabes; bem como as danças folclóricas que são apresentadas em diferentes ocasiões, tais como: na Feira das Nações, Artesanato, Turismo e Cultura; as festividades e também as próprias pessoas, no dia-a-dia com roupas e comportamentos peculiares.

A respeito da criação das instituições árabes no Brasil, Lesser (2001) diz que elas surgiram do aumento da imigração, que se dava no momento em que traziam seus familiares para viver no Brasil e ajudar a expandir seus negócios; desse modo, essa geração de riqueza auxiliaria no surgimento de instituições e organizações comunitárias, e, entre elas, há diversos jornais em língua árabe, no Brasil, como o *Al-Faiáh*, criado na cidade de Campinas (São Paulo), em 1895. Em 1914 já eram 14 os jornais árabes circulando no País. (LESSER, 2001, p.103). Entretanto, não só jornais figuravam como instituições árabes no período; também houve a fundação de escolas, instituições de beneficência e culturais, com o objetivo principal de "reproduzir, através de festividades e encontros informais, as tradições da terra de origem". (KEMEL, 2000 p. 69).

Khatlab (Memorial do Imigrante, 2003) diz que atualmente haveria mais de três mil entidades árabes no Brasil, entre clubes, sociedades de beneficência, escolas, jornais, e etc. Essas entidades, segundo o autor, se justificam pelos laços de parentesco e pela proximidade entre si, sobrepujando possíveis diferenças políticas e religiosas entre eles. A pesquisa detectou, na região da tríplice fronteira entre Brasil, Paraguai e Argentina, aproximadamente quatorze instituições com interesses árabes diversos, sendo dez na cidade de Foz do Iguaçu: *Associação Árabe Palestina Brasil de Foz do Iguaçu*; *Associação Beneficente Árabe Brasil*; *Associação Cultural Sírio Brasileira*; *Igreja Evangélica Árabe de Foz do Iguaçu*; *Lar dos Drusos Brasileiros*; *Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu*; *Centro Cultural Beneficente Islâmico de Foz do Iguaçu*; Centro *de Atividades Educacionais Árabe Brasileiro*; *Escola Libanesa Brasileira de Foz do Iguaçu* e *Clube União Árabe*.

Essas diversas instituições formaram-se sob prismas e interesses diversos dentro da comunidade árabe, ao longo do tempo. Hoje, a grande maioria delas atende não somente aos árabes que imigraram para Foz do Iguaçu e a seus descendentes já nascidos no Brasil, como também à comunidade não-árabe, especialmente em ações de beneficência. Elas são de cunho cultural, religioso, recreativo, educacional, beneficente e representativa de comércio; e mantêm escolas, asilos, a mesquita, e clubes de lazer. Ao longo do desenvolvimento dessas entidades, seus organizadores não perderam de vista um dos seus principais focos: o bem-estar da comunidade árabe em Foz do Iguaçu, em diversos âmbitos: preservação do idioma, da cultura, da religião, salvaguardando alguns valores e tradições.

Entre as associações árabes de Foz do Iguaçu destacam-se pela sua atuação: Centro Cultural Beneficente Islâmico, Centro de Atividades Educacionais Árabe Brasileiro; Escola Libanesa Brasileira de Foz do Iguaçu e Clube União Árabe.

O principal e inicial objetivo para a criação do *Centro Cultural Beneficente Islâmico de Foz do Iguaçu*, entidade mantenedora da Mesquita Omar Ibn Khatab, foi construir uma mesquita e uma escola para preservar a religião muçulmana na cidade e ensinar árabe e a religião islâmica às crianças, pois a comunidade, naquele período, acreditava que seria possível estabelecer um elo de união entre os membros da comunidade árabe e também manter um vínculo entre o Líbano “presente” e o Líbano “ausente” (conforme palavras do presidente do Centro Cultural, ASR; o Líbano e a formação da cultura libanesa na cidade) aproximando a comunidade árabe entre si.

Além da mesquita, o Centro Cultural também construiu a escola almejada. O *Centro de Atividades Educacionais Árabe Brasileiro*, cujo principal objetivo da sua criação, no início de 1990, era o de ensinar a religião islâmica e o idioma árabe para filhos de imigrantes, a fim de que não perdessem a ligação cultural com o país de origem dos pais. Atualmente, a escola atende a mais de duzentos alunos, filhos de árabes e de não-árabes, que cursam da 1ª. a 8ª. séries do Ensino Fundamental. Em seu currículo são obrigatórias aulas de língua árabe e ensino religioso islâmico.

O *Clube União Árabe* é a agremiação social de origem árabe mais antiga do Estado do Paraná. Fundado em 1969, tem por objetivo unir as famílias árabes em uma mesma área de lazer e confraternização, de acordo com depoimento de seu presidente. Com o crescimento da comunidade árabe, uma nova e maior área foi construída no início dos anos de 1980, sempre com o mesmo objetivo: de unir as famílias árabes, a fim de não perder sua cultura, suas raízes. Hoje, o clube tem, aproximadamente quatrocentos freqüentadores/sócios que se reúnem na sede do clube paras as diferentes atividades que o mesmo promove com a comunidade árabes e convidados não-árabes.

O clube, de acordo com seu presidente, não tem vínculo com religião e/ou com política: lá são todos iguais. É um local onde os mais jovens podem praticar o idioma árabe. Os pais se tranqüilizam pelo fato de que seus filhos não perderão o vínculo com suas raízes étnicas árabes, posto que a instituição promove a cultura árabe em diversas atividades, tais como: almoços, colônias de férias, campeonatos esportivos e outros, além de manter sua estrutura física sempre em condições de uso.

Por ser a mais antiga instituição árabe na cidade e não ter fins religiosos e/ou políticos, o clube é extremamente respeitado pela comunidade árabe e não-árabe de Foz do Iguaçu, conforme palavras do presidente. Tornou-se parte da história do município e é ainda uma importante entidade representativa dessa comunidade pela sua credibilidade e seriedade.

Após três anos de funcionamento, a *Escola Libanesa Brasileira de Foz do Iguaçu* conta com 540 alunos que se dividem entre educação infantil até a 8ª. série. Tem um projeto interdisciplinar diferenciado, isto é, além das disciplinas obrigatórias exigidas pelo Ministério de Educação e Cultura ainda são inseridas a língua árabe e a religião muçulmana. Aspectos da cultura árabe, especialmente libanesa, tais como: valores, história, e geografia, que também são inseridos nas demais disciplinas.

A coordenadora pedagógica da escola, CO, destaca que a importância desse novo projeto é sentida pelos pais dos alunos, em sua grande maioria libaneses, e que é evidente a confiança depositada na escola, haja vista o número crescente de alunos que se matriculam a cada ano. Ainda faz a ressalva de que essa confiança não é depositada apenas na qualidade de seu currículo, mas também e principalmente, pelo fato de ser uma escola muçulmana que preserva, celebra, valoriza e respeita o Islã em suas festividades e filosofia.

O entrevistado MMI comenta que o fato de a comunidade árabe não se apresentar na cidade em forma de gueto – ela está inserida em todos os bairros da cidade e em vários setores também – proporcionaria uma mistura dos árabes com a comunidade não-árabe, e que isso seria extremamente positivo, posto que ajudaria a manter o legado cultural árabe, pois como isso, podem aprender com a cultura local e ensinar a sua. Quando questionado se essa mistura não proporcionaria uma

perda nos valores culturais, MMI comenta que se perder é por conta da evolução cultural, e que seguramente, o que é importante será mantido. Ele considera a mudança como um fato inexorável à evolução das sociedades. O que permanecerá, segundo ele, seriam os aspectos importantes para cada família: a própria unidade familiar; o folclore; e a religião como expoentes máximos.

Falando sobre cultura árabe, em comparação com a cultura do Líbano e daquela que se manifesta em Foz do Iguaçu, KB, comenta que em se tratando da comunidade árabe local, essa perdeu a hospitalidade. Para ele, a sociedade libanesa evoluiu muito rápido, e a comunidade árabe de Foz do Iguaçu ainda tem a mentalidade dos primeiros imigrantes; dessa forma, quando um descendente viaja para o Líbano pela primeira vez, leva um choque, e sentir-se *caipira* seria inevitável. Contudo, ele vê valores familiares e religiosos muito fortes na comunidade de Foz do Iguaçu e, inclusive, não raro mais presentes do que no Líbano. Embora no país árabe, alguns ranços da guerra civil já tenham sido transpostos, tais como o relacionamento pessoal entre cristãos, muçulmanos xiítas e sunitas entre si, isso não se verificaria ainda na comunidade árabe iguaçuense.

6.1.1 Festividades da comunidade árabe em Foz do Iguaçu

São caracterizadas por motivações religiosas e cívicas, bem como podem ser caracterizadas como não excludentes, no sentido de abranger toda a comunidade sem exceção de gênero ou idade.

A Feira Das Nações, Artesanato, Turismo e Cultura (Fenartec): é uma promoção da Câmara Júnior de Foz do Iguaçu, realizada com o apoio de órgãos estaduais,

municipais, de entidades associativas, da iniciativa privada e da imprensa que tem por objetivo a união das etnias da cidade e dos países vizinhos, de modo que cada colônia representante de seu país possa mostrar seus costumes, por meio das danças, dos trajes e dos pratos típicos. Participam da Fenartec as seguintes colônias: afro, alemã, árabe, chinesa, gaúcha, italiana, japonesa, portuguesa, paraguaia, paranaense e ucraniana.

O espaço da comunidade árabe na Fenartec tem como principal objetivo, por parte dos organizadores, aproximar as culturas e promover a cultura árabe, mostrando danças, culinária e outros aspectos dela presentes em Foz do Iguaçu. Os organizadores da barraca árabe, membros da comunidade em questão, sentem-se realizados plenamente com o alcance total deste objetivo tanto no sentido de a comunidade iguaçuense (brasileiros e/ou estrangeiros residentes na cidade) como um todo visitar o espaço e ter contato com a cultura árabe, como no da comunidade árabe ter contato também com as outras colônias que se expõem em seus espaços. A organização da barraca árabe está sob responsabilidade da diretoria da Associação Beneficente Árabe Brasil (aproximadamente quinze pessoas), que sem embargo, estimam-se que duzentos colaboradores participam da sua operacionalização, entre árabes, descendentes e simpatizantes da cultura.

A barraca árabe na Fenartec é a mais visitada. O presidente da Associação Beneficente Árabe Brasil, MMI, estima que 20 mil pessoas visitam o espaço árabe durante os quatro dias da feira, e desse total é prudente dizer que a visitação à comunidade árabe é grande, porém, a sua participação na feira não se limita apenas à barraca árabe, mas a todas as demais, o que reforça mais uma vez o objetivo dos organizadores em aproximar as culturas.

A barraca árabe oferece ao visitante gastronomia variada e típica, livros e artesanato típicos, música, informações sobre aspectos culturais, religiosos e geográficos diversos do Mundo Árabe, espaço para aquisição de pequenas mercadorias árabes, exposição de roupas, cenário para fotos e apresentação de danças típicas, das quais, muitas vezes, os visitantes são convidados a participar, e de outros detalhes dentro de um espaço totalmente ambientado e animado de forma peculiar. Há também serviço de babá aos visitantes. Observa-se que essa forma de se organizar está evoluindo ano a ano com o incremento e a ampliação das opções e formas de exposição da cultura, tornando-se cada vez mais interativa no sentido visitante/colônia expositora.

Ied al Fiter (finalização do jejum do mês de *Ramadã*): é uma festividade de cunho religioso, cuja data varia ano a ano de acordo com o calendário lunar, que se adianta em dez dias em relação ao calendário gregoriano. A data é celebrada em todo Mundo Árabe e muçulmano, sendo uma das mais importantes para os seguidores da religião islâmica. Em Foz do Iguaçu, a festividade é organizada pelo Centro Cultural Beneficente Islâmico de Foz do Iguaçu, e se realiza nas dependências da mesquita Omar Ibn Khatab. Recebe convidados da comunidade árabe local, bem como árabes visitantes além de convidados não-árabes da cidade, não raro também autoridades políticas e consulares.

Depois das orações na mesquita, as pessoas se reúnem no pátio em frente à mesma para confraternizar e comer doces (*maamul, baalewe*, entre outros) e salgados árabes tradicionais (quibe, *sfiha*, entre outros) bem como algumas iguarias brasileiras (coxinha, pão de queijo, e outros), e bebidas em geral não-alcoólicas

(água, refrigerante, suco), que são encomendados ou preparados pelas próprias mulheres da comunidade. Não conta com apresentação de dança ou musical, mas músicas religiosas podem ser executadas por meio de som mecânico.

Ied al Adha (final da peregrinação *Hajj*): é uma festividade de cunho religioso, cuja data varia ano a ano de acordo com o calendário lunar. A data é celebrada em todo Mundo Árabe e muçulmano, sendo uma das mais importantes para os seguidores da religião islâmica. Em Foz do Iguaçu, essa festividade também é organizada pelo Centro Cultural Beneficente Islâmico de Foz do Iguaçu, e tem lugar nas dependências da mesquita Omar Ibn Khatab. Convidados da comunidade árabe local, bem como árabes visitantes além de outros não-árabes da cidade, prestigiam o evento que conta com a presença de dignas autoridades políticas e consulares.

Da mesma forma que o *Ied al Fiter,* a festividade se dá depois das orações na mesquita, quando as pessoas se reúnem no pátio em frente da mesma para confraternizar e comer doces (*maamul*, *baalewe*, principalmente) e salgados árabes tradicionais (quibe, *sfiha*, principalmente) bem como algumas iguarias brasileiras (coxinha, pão de queijo, principalmente), e bebidas em geral não alcoólicas (água, refrigerante, suco), que são encomendados ou preparados pelas próprias mulheres da comunidade. Não conta com apresentação de dança ou musical, mas músicas religiosas podem ser executadas por meio de som mecânico.

Nesta data, particularmente, os fiéis doam muitos alimentos, inclusive carnes, que são repassados à famílias árabes de Foz do Iguaçu, a famílias não-árabes carentes da cidade e instituições que necessitem e solicitem.

Nascimento do Profeta Mohamad: é uma festividade de cunho religioso, cuja data varia ano a ano de acordo com o calendário lunar. A data é celebrada em todo Mundo Árabe e muçulmano, porém cada comunidade a celebra de forma diferente, de acordo com suas condições. Em Foz do Iguaçu, a festividade é organizada pela Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu, e tem lugar nas dependências da *husseiniye*, que recebe convidados da comunidade árabe local.

Depois do discurso do s*heikh* as pessoas se reúnem para confraternizar e comer doces (*maamul, baalewe*, principalmente) e salgados árabes tradicionais (quibe, *sfiha*, principalmente) bem como algumas iguarias brasileiras (coxinha, pão de queijo, principalmente), e bebidas em geral não-alcoólicas (água, refrigerante, suco), que são encomendados ou preparados pelas próprias mulheres da comunidade. As crianças de nome Mohamad ganham presentes. Não conta com apresentação de dança ou musical.

Nascimento de Saída Fatma (dia da mulher muçulmana): é uma festividade de cunho religioso, cuja data varia ano a ano de acordo com o calendário lunar. A data é celebrada em todo Mundo Árabe e muçulmano. Em Foz do Iguaçu, a festividade é organizada pela Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu, realizada nas dependências da *husseiniye*, que recebe convidados da comunidade árabe local.

Depois da prédica do s*heikh*, usualmente dirigido especialmente para as mulheres. As pessoas se reúnem para confraternizar e comer doces (*maamul, baalewe*, principalmente) e salgados árabes tradicionais (quibe, *sfiha*, principalmente) bem como algumas iguarias brasileiras (coxinha, pão de queijo,

principalmente), e bebidas em geral não alcoólicas (água, refrigerante, suco), que são encomendados ou preparados pelas próprias mulheres da comunidade. Pode haver troca de presentes para as crianças. Não conta com apresentação de dança ou musical.

Independência do Líbano (22 de novembro): é uma festividade civil celebrada em todas as comunidades libanesas no mundo. Em Foz do Iguaçu, a festividade é organizada pela Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu, tem lugar nas dependências da *husseiniye*, que recebe convidados da comunidade árabe local, bem como autoridades consulares, políticas e representantes de outras associações árabes e não-árabes da cidade.

Depois da execução dos hinos nacional brasileiro e libanês, as autoridades proferem discursos e no final as pessoas se reúnem para confraternizar e comer Não conta com apresentação de dança ou musical.

Independência do Brasil (*7 de setembro*): é uma festividade civil celebrada em todo País. Em Foz do Iguaçu, a comunidade árabe celebra a data nas dependências da *husseiniye*, que recebe convidados da comunidade árabe local, bem como autoridades consulares, políticas e representantes de outras associações árabes e não-árabes da cidade.

Depois da execução dos hinos nacionais brasileiro e libanês, as autoridades proferem discursos e, no final, as pessoas se reúnem para confraternizar e comer

doces e salgados árabes tradicionais bem como algumas iguarias brasileiras. Não conta com apresentação de dança ou musical.

Noite árabe: não têm freqüência definida para acontecer, e sua organização se dá em função do movimento do comércio em Cidade do Leste. O organizador dessa festa comenta que no Líbano, seu país de origem, também são organizadas festas como essa, que consiste em jantar com pratos árabes e danças tradicionais.

Sempre ao som de instrumentos árabes, o mestre-de-cerimônias dá as boas vindas aos convidados, e apresenta a festa e o organizador. Logo após, acontece o jantar, com pratos tradicionais árabes, preparados pelo organizador da festa. Findo o jantar, um grupo de dançarinas (do ventre) começa a apresentar-se, em diversas modalidades: véu, jarros e espada. Depois das dançarinas, começa-se a dançar o *dabke*, e todos são convidados a participar; ao som e ritmo do *dabke* termina a noite.

Essa é uma festividade não-excludente, isto é, todos são convidados a participar. Inclusive crianças, posto que contam com serviço de babá. Também é uma festa elegante, cujo traje varia do esporte fino ao social.

A festa é organizada com vistas ao público árabe, mas os não-árabes também são bem vindos, tanto que a prestigiam. Pelo fato de ela acontecer num hotel, alguns turistas também participam.

6.1.2 Grupos artísticos árabes de Foz do Iguaçu

Tratando da música para o povo árabe e relacionando-a com o *mahjar*, Kemel (2000, p. 74) explica que ela “funcionaria como elemento integrador [...], é também ouvida em casa, por grande parte dos imigrantes e seus descendentes, tanto em

reuniões sociais como em outras oportunidades". A autora ainda comenta que os restaurantes especializados em gastronomia árabe também promoveriam a divulgação da música, e com essa criariam "um ambiente mais típico" (p. 74).

A dançaria J comenta que as diferenças entre os diversos tipos de dança árabe estariam relacionadas às diferentes regiões do Mundo Árabe onde cada uma delas teria suas peculiaridades. Nessas diferenças, J destacou com veemência as características da Dança do Ventre, sendo que as formas mais elaboradas seriam as egípcias e a comunidade árabe de Foz do Iguaçu eminentemente libanesa, relutou muito em aceitar o fato de a Dança do Ventre (praticada na cidade) não ser aquela oriunda de seu país.

J comenta que quase todas as dançarinas profissionais, em Foz do Iguaçu, não são de origem árabe. Contudo, há algumas crianças, cujos pais são árabes e que se interessam pelo folclore. Porém esse interesse está mais relacionado aos filhos do que às filhas, e ela crê que isso se deve ao legado religioso islâmico.

J ainda considera o folclore árabe riquíssimo, que exige muita pesquisa, porque nessa riqueza residiria muita especificidade (modalidades de dança, com música, roupas, etc).

J salienta as diferenças entre o árabe de tradição e o de projeção: o primeiro seria o que segue as tradições, especialmente folclóricas em termos de dança, e o segundo o que mescla diferentes estilos de música e dança com o árabe, e cita como exemplo o axé do ventre.

Grupo Oásis: Teve início de suas atividades em junho de 2002. É um grupo de danças folclóricas tradicionais árabes, com coreografia solo e em grupo, com adultos e crianças. Seu repertório é eminentemente tradicionalista árabe, sendo praticado em todo Mundo Árabe. As principais modalidades praticadas pelo grupo são: a Dança do Ventre, o *dabke*, a Dança com o Jarro, a Dança com Bastão e a Dança com Espada.

Os integrantes do grupo são, em sua maioria não-árabes, com alguns descendentes. Seu figurino é adquirido no Brasil, embora algumas peças sejam importadas.

O Grupo Oásis apresenta-se para a comunidade árabe local, não-árabe e também para turistas em diversos eventos: festa junina; casamentos; aniversários; *Reveillon*; Carnaval; festivais de dança; noites temáticas; programas de televisão; feiras culturais e comerciais; exposições; congressos, hotéis; danceterias; inaugurações de estabelecimentos comerciais e outros, tanto em Foz do Iguaçu como fora, e aí se incluem cidades na Argentina e no Paraguai.

Grupo de Danças Kamal: Suas atividades se iniciaram em 1997 e é um grupo de danças folclóricas tradicionais árabes. Com coreografias solo e em grupo, com adultos e crianças. Seu repertório árabe é eminentemente tradicionalista, sendo praticado em todo Mundo Árabe, especialmente danças tradicionais libanesas. As principais modalidades praticadas pelo grupo são: o *dabke* e a dança folclórica com casal, chamada de dança individual.

Os integrantes do grupo são, em sua maioria, árabes e descendentes de árabes, embora o coordenador artístico do grupo dê aulas de *dabke* para grupos de brasileiros. Seu figurino é confeccionado em Foz do Iguaçu, em sua maioria, pela mãe do coordenador.

Apresentam-se para a comunidade árabe de Foz do Iguaçu e também de Cidade do Leste, não-árabe e também para turistas em diversos eventos: Fenartec; casamentos; aniversários; noites temáticas; programas de televisão; congressos. Já se apresentou em *shows* artísticos para turistas na cidade.

O coordenador do Grupo, KA, comenta em entrevista à autora desta dissertação, que o *dabke* é uma dança não-excludente em termos de gênero, ou estado civil. O entrevistado aponta que os mais jovens o dançam mais massivamente que os mais velhos.

Ele mesmo aprendeu a dançar com sua mãe, imigrante libanesa a qual considera muito importante manter vivo o folclore de seu país e o legado cultural. Tradicionalmente, sua família (antes mesmo de imigrar) já tinha o costume de dançar o *dabke* em casamentos. O entrevistado aponta que o *dabke*, como forma de dança, representa a cultura árabe e que, quando ele dança, se sente mais árabe e próximo da cultura dos seus pais (apesar de ele ser brasileiro). Esse sentimento arabizado manifesta-se não apenas quando ele próprio dança, mas também e especialmente quando vê seus alunos (árabes e não-árabes) dançando.

As roupas que o Grupo usa para dançar são folclóricas e confeccionadas pela mãe de KA, as quais são usadas apenas em apresentações artísticas. Quando

dança, por exemplo, em casamentos, usa as roupas adequadas para a celebração (paletó e gravata).

O Grupo já se apresentava para turistas, em programas de jantar-*show* em Foz do Iguaçu, bem como na Fenartec. Não raro são convidados a se apresentar em festividades fora da cidade.

O entrevistado lamenta que ainda falte coesão por parte da comunidade árabe de Foz do Iguaçu no tocante ao incentivo para a formação de grupos de música e dança.

6.1.3 Arquitetura árabe em Foz do Iguaçu

O engenheiro e filho de libaneses, KB, falando das arquiteturas árabe e islâmica e comparando-as com as edificações árabes em Foz do Iguaçu comenta, a concepção do projeto e a construção de cada país muçulmano, teria um grupo responsável de arquitetos e técnicos que lança premissas para novos projetos de mesquitas. Contudo, atender, ou não, às premissas seria uma decisão de cada comunidade. Para a construção de uma nova mesquita em Foz do Iguaçu, serão consultados grupos no Líbano. Os custos da obra serão supridos a partir de donativos da comunidade local, embora, em alguns países árabes e/ou muçulmanos, é comum as obras serem custeadas pelo governo da Arábia Saudita, comenta KB.

Ele conclui que não há diferença se o arquiteto e/ou o engenheiro é árabe ou não, muçulmano, ou não, mas é imprescindível, todavia que ele tenha conhecimentos básicos de arquitetura islâmica para atender aos padrões

obrigatórios: minaretes; cúpula; arcos; *mambar* à direita da *qibla* (sendo ambas obrigatórias) e a Lua crescente. A orientação para a cidade de Meca. O uso das cores verde, branca, azul, dourado é desejável, no caso de mesquitas. E para *hussieniyes*, não deve haver minaretes ou cúpulas, e a cor verde é predominante, embora não seja obrigatória, alerta o entrevistado. Para ambos, comenta ele, não deve haver elementos com seis pontas (hexágono).

A diferença entre uma mesquita e um *husseiniye*, segundo KB, seria que a primeira é um lugar de oração, e a segunda de reuniões (sociais, religiosas e culturais) de funerais, de casamentos, de celebrações e etc, podendo haver em seu interior um espaço para oração que deve sempre estar orientado para Meca.

Ele comenta que não existem restrições quanto ao uso de materiais, porém, especialmente no Líbano, usa-se muito a pedra. Por essa razão, a mesquita Omar Ibn Khatab não tem o mesmo estilo das mesquitas daquele país, já que essa tem um estilo que atende aos critérios, mas conta com menos detalhes de decoração em seu interior.

Mesquita Omar Ibn Khatab: A pedra fundamental da Mesquita Omar Ibn Khatab foi lançada em 1983. A construção se deu com contribuições individuais e institucionais árabes e não-árabes. Em 1988 foi disponibilizada ao público, com capacidade para abrigar, aproximadamente, oitocentas pessoas em seu interior. Nos limites do terreno onde está construída a mesquita, acontecem diversas celebrações todos os anos. Até 1.500 convidados participam de festividades como: a do fim do jejum de Ramadã, a do Sacrifício, do natalício do Profeta Maomé, a ascensão do mesmo de

Meca para Jerusalém, e outras ainda, sem dizer o culto semanal, às sextas-feiras, quando se reúnem, aproximadamente, duzentos fiéis; Uma escola foi construída ali, no mesmo terreno.

A mesquita está localizada na região central da cidade, na rua da Palestina, s/n, em um grande pátio arborizado, dividindo espaço com as instalações do Centro de Atividades Educacionais Árabe Brasileiro É uma edificação construída em estilo arquitetônico islâmico: com dois minaretes, uma cúpula dourada, que lembra a cúpula do Domo da Rocha (Jerusalém), cercado por arcos plenos por todo seu redor octogonal. Seu interior é repleto de detalhes com arabescos e adornado com motivos religiosos nas paredes. A autoria é de um artesão egípcio, vindo especificamente para essa missiva à cidade. Os espaços são separados para homens e mulheres; percebe-se a ausência de cadeiras que são substituídas pela tapeçaria no seu *haran*. As celebrações são proferidas pelo *sheikh* do alto de um *mambar*, entalhado em madeira, ao lado do *mirhab* ornamentado com mosaicos em policromia (amarela, azul, vermelha e verde), com versículos do Corão e outras palavras consideradas sagradas, pintadas ao seu redor. As paredes de todo o templo são também coloridas com mosaicos e mandalas policrômicas e palavras do Corão em volta. No alto do domo há um lustre com cristais pendentes e palavras árabes relativas ao divino. Tudo isso confere um conjunto de características peculiares ao arabismo que desperta a atenção dos visitantes árabes e não-árabes. (vide foto no anexo C).

Sede da Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu (*husseiniey*): situada na rua José Maria de Brito, 927, teve sua construção iniciada em 1988, e seu término em 1993,

embora algumas reformas tenham sido executadas ao longo do tempo. É uma edificação de cunho religioso e de culto. O prédio tem dois pisos, uma fachada amarela com nove janelas em arcos ogivais no piso inferior e, no superior quinze janelas em arcos plenos brancos com vitrais policromáticos (verde, azul e vermelho). A porta é dupla de madeira, com inscrições em árabe. Abaixo das janelas do segundo piso, existe uma placa com o nome da sociedade e três mastros de bandeiras. O interior não pode ser descrito, pois a entrada não foi permitida. Sabe-se, entretanto, que tem capacidade para 1.200 pessoas em seu salão principal. (vide foto no anexo C).

Além do salão principal, conta, também com uma área de lazer, banheiros, biblioteca, escritórios, sala de reuniões, cozinha e dois apartamentos onde vivem as famílias do zelador e do *sheikh*. É freqüentada pela comunidade árabe-muçulmana local, embora, em algumas celebrações e festividades, pessoas não-árabes também são convidadas. Seu funcionamento depende das atividades nela organizadas.

Não está aberta à visitação. O presidente da associação, AK, o justifica pelo fato de a mesma não ter sido ela planejada para esse fim, entretanto seja possível visitá-la se estiver aberta, em dias de celebração. Não havendo restrições para tal, nem mesmo de vestimentas, embora seja desejável que as mulheres respeitem a *hijab*.

Clube União Árabe: situado na Rodovia das Cataratas, s/n, conta com fachada externa do clube tem muros vermelhos em arcos ogivais e em seu interior não há nenhuma alusão à arquitetura árabe (vide foto no anexo C).

Escola Libanesa Brasileira de Foz do Iguaçu: situada na av. F. Wandescheer, 1785, Vila Yolanda, é uma edificação com propósito educacional, privada, mantida e administrada pela Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu.

O prédio da escola tem três pisos ladeados por janelas com arcos ogivais amarelas sob um fundo azul. Na entrada do prédio principal, um arco ogival amarelo, aproximadamente sete metros de altura, leva á porta. No centro do pátio, existe uma escultura em concreto em forma de duas mãos segurando um livro com inscrições em português e em árabe. (vide foto no anexo C).

Centro de Atividades Educacionais Árabe (Escola Árabe Brasileira): uma edificação de dois pisos, e em sua fachada branca com detalhes em azul há uma sacada no piso superior e arcos plenos moldurando a área de entrada. Há inscrições com o nome da escola em português e em árabe, bem como, no interior da área de entrada há desenhos pintados nas paredes com motivos infantis. O Centro localiza-se em anexo ao pátio da Mesquita Omar Ibn Khatab.

6.1.4. Gastronomia árabe em Foz do Iguaçu

Tratando da gastronomia árabe no *mahjar* brasileiro, Kemel (2000, p.71-77) comenta que o

> preparo e degustação atravessaram, praticamente incólume, quatro gerações. Nos encontros familiares ou nas festas da comunidade, a comida originária é imprescindível, mesmo que às vezes acompanhada por iguarias do cardápio ocidental.

O Neto de libaneses, Dib Carneiro (2003) comenta que a folha da uva e a hortelã são dos ingredientes, os mais marcantes da gastronomia árabe, especialmente libanesa. A hortelã é utilizada não apenas no preparo dos pratos, mas também para perfumar as pessoas e os ambientes. O autor ainda comenta que suas duas avós libanesas, a exemplo de outros imigrantes libaneses, trouxeram consigo, na viagem, mudas dessas plantas, que são quase um símbolo da cultura libanesa.

O apego do árabe aos seus pratos tradicionais pode ser observado ainda hoje nas cidades brasileiras onde sua presença é mais fortemente sentida. Outra demonstração desse apego pode ser constatada na introdução de alguns pratos tradicionais árabes no dia-a-dia do brasileiro: o quibe (*kibeh*) frito, assado e cru, a esfirra (*sfiha*) e o charuto (*malfuf u wuara aneb*), para citar apenas os mais conhecidos e consumidos, com variações não existentes no mundo árabe. São tão comuns ao paladar do brasileiro, que é como se estivesse presente na cozinha nacional desde sempre.

A respeito da gastronomia árabe em Foz do Iguaçu, dois entrevistados: AMA e AL comentam que ela seria muito semelhante àquela servida no Líbano (país de origem deles), pois não faltariam, na cidade, ingredientes, e o preparo seriam exatamente o mesmo. Sobre isso, AL comenta que o cardápio do seu restaurante foi elaborado com base nos pratos que ele sabia preparar, e que os prepara do mesmo modo que fazia no Líbano, não sentindo falta de nenhum ingrediente para tal. Afirma que em Foz do Iguaçu pode ser encontrado tudo que é necessário para o preparo de comidas árabes, tanto doces como salgados; inclusive, ele cria novos pratos a partir dos ingredientes árabes, e exemplifica com o quibe doce.

Outro entrevistado, KS, comenta que as comidas árabes em Foz do Iguaçu são parecidas com as servidas no Líbano, mas não iguais, pois os ingredientes árabes chegariam ao Brasil com preços muito elevados, e os cozinheiros árabes da cidade brasileira tentariam certamente economizar no uso deles, o que, segundo KS, deixaria a desejar no sabor final do prato. Concordando com KS, GM, coloca que a comida árabe preparada no Brasil não seria idêntica à do Líbano, pois haveria uma especialização maior dos cozinheiros no país árabe, o que conferiria maior qualidade aos pratos servidos.

Para AL, o brasileiro aprecia muito a comida árabe, sendo que alguns pratos já fazem parte da gastronomia nacional, tais como: quibe (especialmente o frito), *sfiha* (no Líbano não se faz *sfiha* fechada, e isso já seria uma variação brasileira, bem como uma variedade de recheios que se consome no país: *sfiha* doce, de calabresa, mussarela, e etc.); charuto (*malfuf*), *tabule* e ainda cita o lanche beirute (lanche brasileiro, que deve ter sido criado por algum árabe no Brasil. Muitos pensam que é um prato típico árabe). Ele cita pratos que os brasileiros mais pedem em seu restaurante: quibe *naie* (cru), *homus*, *babaganush*, *tabule*, assados (*kafta* frango) e charuto (tanto com folha de uva como de repolho).

AL conclui comentando que, na opinião dele, a comida é muito importante para o povo árabe, pois costumam confraternizam à mesa, e sempre nas celebrações (alegres ou não) há comidas. A comida poderia ser um símbolo árabe ou da cultura árabe, pois esse povo tem orgulho de sua comida, e gosta de saber que as pessoas não-árabes apreciam seus pratos típicos. Não raro, os árabes promovem reuniões no restaurante do entrevistado com muitos brasileiros, chineses, paraguaios, coreanos, indianos, pelo fato de servir comida árabe, diz AL.

Ambas as famílias dos entrevistados já trabalhavam com gastronomia antes de imigrarem para o Brasil; consideram esse fato muito importante para o preparo de comida árabe.

Outro entrevistado, KB comenta que, da mesma forma que no Líbano, a comunidade árabe de Foz do Iguaçu ainda considera estabelecimentos gastronômicos como sendo um lugar de encontro, especialmente confeitarias e panificadoras. GM e KS afirmam que, no Líbano, todos os dias os homens saem para os cafés para conversar, tomar café ou chá e fumar *arguile*. GM explica que os cafés seriam redutos masculinos exclusivamente; nos bares e restaurantes as mulheres também far-se-iam presentes.

Os estabelecimentos gastronômicos da cidade foram divididos em: restaurantes, lanchonetes, docerias e mercados de produtos árabes. E todos localizados no centro da cidade. (vide fotos no anexo D)

Restaurante Amuna: localiza-se na av. Jorge Schimelpfeng, 552. Seu proprietário é um imigrante libanês, e o público freqüentador é composto pelas comunidades árabe, não-árabe e não-árabe visitante de Foz do Iguaçu. Tem capacidade para cem pessoas e conta com banheiros, cozinha e uma área principal onde os clientes são recebidos. O funcionamento diário a partir das 17h até às 23h.

O cozinheiro é brasileiro, e os principais pratos servidos são: *beirute*, *kibe*, *sfiha*, *tabule*, *homus*, *labne* e *babaganush*. Alguns pratos já foram alterados, como é o caso das sfihas que passaram a ser também doces, não por falta de ingredientes

árabes, mas apenas para variar o cardápio e atender ao paladar dos brasileiros. As bebidas servidas não são árabes, alcoólicas ou não.

Lanchonete Casa da Sfiha: localizada na avenida Jucelino Kubitschek, 421. Tem como proprietário um imigrante paraguaio. O público freqüentador é composto pela comunidade árabe, não-árabe e não-árabe visitante de Foz do Iguaçu. Tem capacidade para quarenta pessoas e conta com banheiros, cozinha, açougue, área para venda de temperos, de fumo e de chá árabe. Tem uma área principal onde os clientes são recebidos. Seu funcionamento é diário a partir das 11h até às 22h.

O cozinheiro é paraguaio, e os principais pratos servidos são: *chawarma*, *kibe*, *sfiha*, *tabule*, *homus* e *labne*. Não serve bebidas alcoólicas, e a carne vendida no açougue obedece aos critérios corânicos (*lahme halal*).

Lanchonete Casa da Esfiha Beirute: localizada na avenida Jucelino Kubitschek, 453. Seu proprietário é um imigrante libanês, cuja família já trabalhava com gastronomia em seu país de origem. O público freqüentador é composto pela comunidade árabe, não-árabe e não-árabe visitante de Foz do Iguaçu. Tem capacidade para cinqüenta pessoas e conta com banheiros, cozinha, e uma área principal, onde os clientes são recebidos. Tem funcionamento diário a partir das 11h às 22h.

O cozinheiro é o proprietário, seus filhos o ajudam, e os principais pratos servidos são: *chawarma*, *kibe* cru e frito, *sfiha* e salada. Não serve bebidas alcoólicas.

Doceria Almanara: localizada na r. Edmundo de Barros, seu proprietário é um imigrante libanês, cuja família já produzia doces em seu país de origem. O público freqüentador é composto pela comunidade árabe, não-árabe e não-árabe visitante de Foz do Iguaçu. Tem capacidade para quinze pessoas e conta com banheiros, cozinha, e uma área principal, onde os clientes são recebidos. Tem funcionamento diário a partir das 11h às 19h, fechando nos horários das orações muçulmanas.

O doceiro é o proprietário, e os principais doces servidos são: *maamul*, *baalewe*, *macarrone* e bolos árabes diversos. Não serve bebidas alcoólicas.

Doceria Arlukan: localizada na rua Edmundo de Barros, 744, tem como proprietário um imigrante libanês, cuja família já produzia doces em seu país de origem. O público freqüentador é composto pela comunidade árabe e não-árabe de Foz do Iguaçu. Tem capacidade para trinta pessoas e conta com banheiros, cozinha, e uma área principal, onde os clientes são recebidos. Conta com um pequeno balcão onde expõe e vende alguns produtos árabes: temperos e comidas em lata. Tem funcionamento diário a partir das 11h às 19h.

O doceiro é o proprietário, e os principais doces servidos são: *maamul*, *baalewe*, *macarrone* e bolos árabes diversos. Não serve bebidas alcoólicas.

Mercado Super Ghada: localizado na rua Jorge Sanways, 473, seu proprietário é um imigrante libanês. O público freqüentador é composto pelas comunidades árabe,

não-árabe local e visitante de Foz do Iguaçu. Tem funcionamento diário a partir das 08:00 até as 19:00.

Os principais produtos vendidos são: comidas, utensílios (chaleiras, *narguilé*, panelas, objetos de decoração), verduras, frutas, bebidas, carnes (obedecendo os critérios corânicos de abate), comidas em lata, fumo, e outros. Todos os produtos elencados são árabes e também não árabes.

Mercado Árabe: localizado na r Edmundo de Barros, seu proprietário é um imigrante sírio. O público freqüentador é composto pelas comunidades árabe, não-árabe local e visitante de Foz do Iguaçu. Tem funcionamento diário a partir das 8h às 19h.

Os principais produtos vendidos são: comidas, utensílios (chaleiras, *narguilé*, panelas, objetos de decoração), verduras, frutas, bebidas, carnes (obedecendo aos critérios corânicos de abate), comidas em lata, fumo, roupas para Dança do Ventre e outros. Todos os produtos elencados são árabes e também há os não-árabes.

O levantamento realizado faz indicações sobre os produtos do (re)enraizamento da comunidade árabe de Foz do Iguaçu, dentro do recorte das categorias analisadas.

No aspecto arquitetônico, a comunidade conta com cinco edificações dispostas em diferentes áreas da cidade, com usos diversos. Essas construções são distinguidas pelas características arquiteturais árabes, especialmente as de culto islâmico com suas especificidades, tornado-as atrativas por diferenciarem-se das outras edificações no espaço urbano em que estão inseridas. Algumas dessas

características podem ser citadas como exemplo: o uso de diferentes tipos de arcos, policromia em arabescos, inscrições em árabe, domos e minaretes.

Contudo, essa atratividade, para a fruição turística, deve ser considerada em conjunto com a permissibilidade de acesso para visitação. Nesse sentido, destaca-se a mesquita Omar Ibn Khatab, por permitir e organizar as visitas que recebe, e no sentido oposto, apresenta-se o *husseinye*, ao recusar o acesso a visitantes. Na mediação entre esses dois exemplos, coloca-se a disponibilidade inicial das outras edificações em receberem visitantes.

Sob o enfoque da gastronomia, a pesquisa apresenta variadas categorias de estabelecimentos: restaurante, mercado, lanchonete e doceria, somando sete no total. Todos os estabelecimentos estudados localizam-se na região central da cidade são de fácil acesso ao público. Com relação à clientela, pode-se observar que não está restrita à comunidade árabe, e nessa são incluídos os turistas. Os pratos servidos proporcionariam fidelidade com relação aos países de onde originam. Deste modo, avalia-se que a gastronomia árabe em Foz do Iguaçu é passível de inserção turística, tanto sob o ponto de vista da sua atratividade com relação ao contexto em que se apresenta, acessibilidade e facilidade que oferece.

Do ponto de vista das festividades árabes, o estudo ressalta o cunho das mesmas, classificando-as entre religiosas e laicas, em igual parte, sendo essas últimas subdivididas em cívicas e de lazer. Sendo as festividades religiosas, em número de quatro, organizadas com vistas na comunidade árabe e islâmica como público alvo, deve-se considerar o consentimento em permitir que pessoas de fora da etnia participem e/ou assistam. O mesmo se aplica as duas festas de cunho

cívico, celebradas no *husseiniye* local religioso e sem pré-disposição em receberem visitantes.

Entretanto, as duas festividades de lazer, merecem maior destaque no âmbito da fruição turística, pois, são freqüentadas pela comunidade árabe local e visitante, bem como não árabe local e visitante. Desta forma, é possível por parte do visitante, ter um contato maior com a comunidade anfitriã. Essas festividades contam com gastronomia, música e dança tradicionais árabes, o que lhes confere atratividade.

Nestes termos, a análise apresentada encaminha às reflexões finais sobre o caso da presença árabe em Foz do Iguaçu e a fruição turística de seu patrimônio cultural.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O produto turístico é caracterizado no corpo desse trabalho como os bens e serviços prestados e passíveis de comercialização e fruição. Em razão de suas características apresenta nesta pesquisa indicadores para as categorias de análise estudadas. Tendo por finalidade verificar as possibilidades de a etnicidade árabe de Foz do Iguaçu ser passível de fruição turística a partir de propostas de produtos turísticos. Para tal, foram utilizadas as premissas para produto turístico: atratividade, acessibilidade e facilidade.

Lançando um olhar sobre a etnicidade árabe em Foz do Iguaçu, sob o viés das categorias estudadas (arquitetura, festividades e gastronomia) e tendo como parâmetro os indicadores já mencionados, é possível que essa etnicidade venha a integrar propostas de produtos turísticos, em conjunto com o patrimônio cultural de Foz do Iguaçu, no sentido de:

- ser atrativa sob ponto de vista das tendências para a atividade, buscando um contato maior com a comunidade visitada e com seu modo de vida, sendo que esta comunidade ainda preserva aspectos trazidos pelos primeiros imigrantes que aqui chegaram, podendo isso ser explicado devido aos valores familiares e religiosos que preservam, ou ainda pelo fato de esse fluxo ter se dado relativamente recente, em especial se for comparado com outros fluxos migratórios vindos para o Brasil. Também pode ser considerada atrativa em razão das categorias analisadas, que primam pelo contato, proporcionando uma experiência de convívio, e não apenas a

contemplação. Isso pode ser percebido, especialmente com a gastronomia e as festividades.;

- Ser acessível: desde o ponto de vista da acessibilidade física aos locais mencionados na pesquisa, pois todos se encontram em vias de facilidade, tanto para veículos particulares quanto para coletivos.

Entretanto, no sentido da admissão como ponto de acessibilidade, quiçá mereça uma reflexão maior sobre o que a comunidade deseja de fato e está preparada para abrir aos visitantes. Alguns destes pontos já são abertos à visitação e inclusive já recebem visitantes, como a mesquita Omar Ibn Khatab, os restaurantes, os mercados e as lanchonetes, a Feira das Nações, Artesanato, Turismo e Cultura (Fenartec), e a Noite Árabe. Entretanto, maioria das festividades e dos bens arquitetônicos não está aberto à visitação turística, apesar de os entrevistados, responsáveis pela organização das festividades: Independência do Brasil e do Líbano, *Aid el Fiter* e *el Adha* e o Nascimento do Profeta Mohamad e *Saída* Fatma, comentarem que muitos não-árabes participam das mesmas, pois são convidados especiais (autoridades consulares e políticas em sua maioria), além do que os visitantes seriam bem-vindos.

Como isso se daria no âmbito prático? É dizer, haveria de fato interesse e disponibilidade em receber turistas e/ou membros de comunidades não-árabes e que não fossem convidados especiais? Da mesma forma, a reflexão se transfere para os bens arquitetônicos, uma vez que em apenas um deles houve a negativa em relação à recepção de visitantes: Sede da Sociedade Islâmica de Foz do Iguaçu, havendo nos demais: Clube União Árabe, Escola Libanesa Brasileira de Foz do Iguaçu e Centro de Atividades Educacionais Árabe, uma pré-disposição por parte de

seus dirigentes em receberem visitantes na participação de outras pessoas, que não apenas membros da comunidade árabe.

Seria necessária uma consulta mais aprofundada aos organizadores dessas festividades e também aos dirigentes desses bens arquitetônicos para concluir, de forma definitiva, se estariam, ou não, aptos a receber visitantes sistematicamente. Contudo, os que já estão à disposição dos visitantes, e neles há fluxo, podem ser considerados acessíveis desde o ponto de vista da admissibilidade;

- Do entendimento que as facilidades são o que fazem com que o turista permaneça no local visitado, podem ser encontradas, nas categorias analisadas, as seguintes facilidades: atendimento em português; banheiros e água potável em todos os estabelecimentos estudados. Algumas festividades (Fenartec e Noite Árabe) oferecem serviços de babá. A aquisição de produtos árabes pode ser feita na festividade Fenartec e na maioria dos estabelecimentos gastronômicos, exceto em: Restaurante Amuna, Lanchonete Casa da Esfiha Beirute, e Doceria Almanara, que vendem apenas pratos culinários. Sem embargo vale ressaltar o fato de esses estabelecimentos estarem inseridos em uma esfera maior, que é a cidade de Foz do Iguaçu, que conta com facilidades em termos de saúde, transporte, segurança, alimentação, comércio variado e comunicação.

Considerando o recorte metodológico dado a esta pesquisa, em termos de categorias de análise, é possível afirmar que o patrimônio étnico árabe de Foz do Iguaçu pode ser considerado como recurso de produtos turísticos. Contudo, nem todos os bens analisados, poderiam de imediato, integrar à propostas de produtos turísticos, por razões acima descritas e especialmente no tocante à acessibilidade (admissão).

Por se tratar de manifestações culturais que acontecem independentemente do fluxo de turistas na cidade, essa admissão deve ser profundamente refletida e explicitada em todos os seus aspectos à comunidade árabe, pois cabe a ela decidir. Todavia, para os estabelecimentos que já recebem fluxos de visitantes, caberia sensibilizar aos seus dirigentes e administradores as implicações positivas e negativas que a ampliação do fluxo de visitantes pode ocasionar, e ouvir da parte deles quais as restrições para essa recepção, a fim de integrar propostas de produtos que possam efetivamente ser comercializados e controlados.

A hipótese levantada na metodologia (o patrimônio étnico da imigração árabe na cidade de Foz do Iguaçu pode ser caracterizado como potencial recurso turístico) estaria confirmada no que se refere a real presença de marcas árabes na arquitetura, gastronomia e festividades. A partir desse patrimônio podem ser configurados produtos diversos, tais como: roteiros que integrem as categorias analisadas em conjunto, ou em separado; bem como atrativos isolados dos estabelecimentos estudados. Entretanto, como já colocado, a simples presença destas potencialidades não significa a sua disponibilização na forma de produto turístico.

A confirmação dessa hipótese poderia vir a inserir Foz do Iguaçu nas tendências comentadas no Capítulo 4, cuja conduta do turista é vista de forma heterogênea, e os destinos devem cada vez mais ser diversificados para melhor atender ao turista. Retomando o que foi colocado pelos autores, ou seja, de que no âmbito dessa heterogenia, a cultura e suas manifestações acenariam como uma tendência dos produtos turísticos de sucesso na atualidade. Em razão dessas manifestações, não se podem desconsiderar as que são de cunho étnico

independentemente se advindas de comunidades autóctones ou transplantadas, porque essas manifestações vêm carregadas de atratividade para os turistas, que buscam o novo e o diferente.

Dentro desse entendimento, a cidade de Foz do Iguaçu conta com a etnicidade árabe, que não se construiu com base na exposição para o turismo, mas como cultura viva e dinâmica, que se apresenta com elementos característicos e únicos frutos da bagagem trazida pelos imigrantes e em junção com a forma pela qual se (re)enraizaram e se transmitiram esse conhecimento às gerações nascidas no Brasil.

Pode-se constatar sobre essa comunidade que a sua presença é marcante e que imprime no tecido urbano da cidade as suas características, sob múltiplos aspectos: o idioma falado constantemente pelos imigrantes e impresso nos letreiros de seus estabelecimentos comerciais, e inclusive os nomes para esses estabelecimentos; seus trajes tradicionais, especialmente no tocante às mulheres muçulmanas que mesmo sobre o forte calor usam a *hijab* e se destacam das outras transeuntes; a exposição dos chawarmas nos restaurantes, de frente para a calçada, inundando a rua com seus aromas e temperos; os cinco chamamentos diários para as orações, que são ouvidos num raio de quatro quadras da mesquita; e tantos outros que seria possível afirmar que para quem transita pelo centro da cidade parece impossível não perceber essa presença.

Vale discutir nesses termos, em relação ao turista, se esse se questiona sobre essa marca árabe na cidade, no sentido de: o que mais pode mostrar? de onde vêm? que outros edifícios construíram? E outras dúvidas que podem despertar curiosidade sobre eles. Bem como, aos turistas que não transitam pelo centro,

poderiam questionar-se sobre que diferenciais culturais Foz do Iguaçu pode oferecer. Nessas reflexões, pode ser inserida a questão que se estuda nessa dissertação: o patrimônio étnico árabe pode ser passível de integrar propostas de produtos turísticos na cidade?

O conceito de culturas centrais de Teixeira Coelho (2004), que trata das culturas predominantes no cenário internacional, apresenta-se como um conceito-chave para essas orientações, no sentido de contextualizar a cultura étnica. Cultura essa que estaria fora dos parâmetros das culturas centrais. Tal etnicidade não deve ser encarada apenas com vistas ao autoctonismo, mas também sob o aspecto dos fluxos de imigrantes, isto é, os povos transplantados. Essa ressalva se mostra pertinente sob o seguinte aspecto: o inegável trânsito das pessoas em busca de novas oportunidades em outros países, levando além de mão-de-obra, também seus saberes e fazeres, bem como das possibilidades que esses podem ter se apropriado a partir do turismo, o que não raro acontece.

Especialmente na América do Sul – destino de levas de imigrantes, principalmente europeus e asiáticos, maciçamente a partir do século XIX – os imigrantes construíram suas marcas culturais, e, parece inevitável, portanto considerar essa seção étnica nas reflexões teóricas.

Um olhar atento das cidades da América do Sul revela que não apenas as grandes cidades receberam imigrantes, mas também cidades menores, e essas contam com patrimônio construído através dos (re)enraizamentos dessas comunidades. Comparando, das grandes com as pequenas cidades, pode-se observar que muitas vezes as primeiras contam com bairros étnicos (tematizados ou não, como é o caso da Liberdade na cidade de São Paulo), ou espaços territoriais

demarcados culturalmente, onde não raro podem-se gerar guetos. Esses espaços traçam uma linha tênue entre a valorização e a segregação. Ao passo que nas cidades menores, as comunidades étnicas, e suas marcas estariam diluídas na malha urbana. O que determina no processo de (re)enraizamento de uma comunidade de imigrantes a sua diluição ou concentração territorial? Essa reflexão pode acrescentar para as pesquisas sobre etnicidade e turismo muitos aspectos da comunidade estudada e a sua relação de abertura, inserção, e socialização com os que dela não fazem parte.

Contudo, de forma geral, sobre o turismo étnico, a literatura parece ignorar aos imigrantes em suas conceituações de turismo étnico, deixando lacunas.

O aprofundamento conceitual da atividade turística apresenta-se como uma ferramenta importante para a compreensão da mesma, de modo que se a etnicidade é colocada como uma tendência para o turismo, o turismo étnico não pode deixar de ser compreendido em sua totalidade.

REFERÊNCIAS

ABRHÃO, Salma D.; YAZBEK, Mahassen H. **Receitas árabes tradicionais do norte do Líbano**. 2 ed. São Paulo: Giramundo, 1996; Revan, 2001.

AL-KHAZRAJI, Táleb H. **À sombra do islam**. São Bernardo do Campo: Loyola, 1989.

ALMANAQUE Abril.São Paulo: Abril, 2000. CD- ROOM.

ANDRADE, José V. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 8 ed. São Paulo: Ática, 2002.

AVIGHI, Carlos M. Turismo, globalização e cultura, In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

AZAMBUJA, Marcelo. A gastronomia enquanto produto turístico. In: CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, *sites* de excitação turística. Porto Alegre: Ed dos Autores, 1999.

BAHL, Miguel. **Legados étnicos na cidade de Curitiba**: opção para diversificação da oferta turística local. 1994. Dissertação (mestrado) Universidade de São Paulo, São Paulo: 1994.

_____ **Legados étnicos & oferta turística**. Curitiba: Juruá, 2004.

BARRETTO, Margarita et al. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas: Papirus, 2003.

BARRETTO, Margarita. **Planejamento e organização do turismo.** Campinas: Papirus, 1991.

_____. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 11. ed. Campinas: Papirus, 2001.

_____. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. 4. ed. Campinas: Papirus, 2003.

BASÍLICO. Disponível em: http://basilico.uol.com.br/comer/comer_oc_000.shtml. Acesso em junho de 2004.

BENI, Mário. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

BONTE, Pierre *et al*. **Diccionário de etnología y antropología**. Madrid, Akal: 1996.

BOULLÓN, Roberto. **Las actividades turísticas y recreacionales**: el hombre como protagonista. 3 ed. Cidade do México: Trillas Turismo, 1990.

CARDOZO, Poliana; BIESEK, Ana. **A feira da nações, artesanato e turismo e cultura como forma de preservação e divulgação da cultura árabe de Foz do Iguaçu**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO. 5.,2003; Curitiba. CD ROOM.

CARDOZO, Poliana, *et al*. **A cultura árabe e o turismo em Foz do Iguaçu**. 2000 (Conclusão de Curso). Universidade do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu: 2000.

CARNEIRO, Dib Neto. **A hortelã e a folha de uva**. São Paulo: DBA, 2003.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. v. 2. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre: Ed. dos Autores, 1999.

CENTRO DE ESTUDOS E DIVULGAÇÃO DO ISLAM. Disponível em: <http.//www.islam.org.br>. Acesso em: abril 2004.

CHAMBERS, Erve. **Native tours**: the antropology of travel and tourism. Waveland press, Illinois: University of Maryland 2000.

CHING, Francis. **Dicionário visual de arquitetura**. São Paulo, Martins Fontes: 2000.

COOPER, Chris et al. **Turismo**: princípios e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CULTURA ÁRABE. Disponível em: http://www.kfssystem.com.br/loubnan/dabke.html. Acesso em: agosto 2004.

DENKER, Ada. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2001.

DOMINGUES, José Maurício. Pós-modernidade e multiculturalismo. Revista da USP, São Paulo; n. 42, jul/ago. p. 20-33, 1999.

DOMINGUEZ de NAKAYAMA, Lía. **Relevamiento turístico:**propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial. Santa Fé: Centro de Estudios Turísticos Instituto Superior de Turismo Sol, 1994.

ENCICLOPÉDIA BRASIL. Disponível em: http://geocities.yahoo.com.br/vinicrashbr/index.htm. Acesso em dezembro de 2004.

ESTADO DO PARANÁ, **Projeto etnias no Paraná**. Eco Paraná. Disponível em: <http.//www.pr.gov.br>. Acesso em: maio 2004.

FRANCO, Francisco; et al. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

_____. **Turismo & cultura**: por uma relação sem diletantismos. In: GASTAL, Susana (Org.) **Turismo**: 9 propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

_____ (Org.) **Turismo**: 9 Propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

_____. O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo. In: CASTROGIOVANNI, Antônio; CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, *sites* de excitação turística. Porto Alegre: ed dos Autores, 1999.

GHAZZAOUI, Ale. **Árabes:** usos e costumes. em: <http.//www.islam.com.br>. Acesso em abril de 2004.

GOBBI, Jorge. **Turismo y autenticidad:** hacia una propuesta relacional para el estudio de la interacción entre nativos y turistas en las comunidades locales. Disponível em: <http://www.naya.com.ar>. Acesso em abril 2004.

GRÜNEWALD, Rodrigo. **Turismo e etnicidade**. Disponível em: <http.//www.scielo.br/>. Acesso em outubro de 2003

HAJJAR, Claude. **Imigração árabe:** cem anos de reflexão. São Paulo: Ícone, 1985.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2002.

HUSSEIN, Mohamad; HUSSEIN, Nádia. **Árabe ao alcance de todos**. São Paulo: Grafstyle 1996.

KEMEL, Cecília. **Sírios e libaneses**: aspectos da identidade árabe no Sul do Brasil. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2000.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Economia do turismo**. Campinas : Papirus, 1991.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas; amostragem e técnicas de pesquisa; elaboração, análise e interpretação de dados. 5 ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2002.

LEMOS, Leandro de. **Turismo que negócio é esse**: uma análise da economia do turismo. 3 ed. Campinas: Papirus, 2001.

LESSER, Jeffrey. **A negociação da identidade nacional:** imigrantes, minorias e luta pela etnicidade no Brasil. São Paulo: Unesp, 2001.

LIMA, Carlos. Turismo cultural: que formação? In: CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, *sites* de excitação turística. Porto Alegre: ed. dos autores, 1999.

MEMORIAL DO IMIGRANTE. disponível em: www.memorialdoimigrante.com.br. Acesso em: abril 2003.

MOLINA, Sérgio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

MONES, Hussein. **A língua árabe**: o nacionalismo árabe. Rio de Janeiro: Bureau Cultural da Embaixada da República Árabe Unida, Rio de Janeiro: 1964.

MOSCARDO, Gianna; PEARCE, Philip. **Interpretación del turismo étnico.** Annals of Tourism Research en español. Espanha, v.1, n.1, p. 147-166, 1999. Universitat de les Illes Balears.

NURHAN, Kareemah. Disponível em: http://geocities.yahoo.com.br/kareemah_nurham/Artigos/estilos_danca.htm. Acesso em julho 2004

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo internacional**: uma perspectiva global. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PANIAGUA, José. **Vocabulário básico de arquitectura**. 10ª. ed. Madrid: Cátedra, 2000.

POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. **Da etnicidade:** Seguido de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth. São Paulo: Unesp, 1998.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FOZ DO IGUAÇU. Disponível em: http://www.fozdoiguacu.pr.gov.br. Acesso em maio de 2004.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. **Mil Povos**. Disponível em: <http://milpovos.prefeitura.sp.gov.br/interna.php?com=2&lang=1&id=550. Acesso em: junho de 2004

RIBEIRO, Darcy. **Configurações histórico-culturais dos povos americanos**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira: 1975

_____. **Os brasileiros**: livro 1 teoria do Brasil. 8 ed. Petrópolis, Vozes: 1985.

RUSCHMANN, Dóris. **Marketing turístico**: um enfoque promocional. Campinas: Papirus, 1991.

SABONGE, Lulu. **A arte da dança do ventre**. Disponível em:<www.lulusabonge.com.br>. Acesso em abril 2004.

SANTAYANA, Mauro. O século XXI e o desafio das etnias. In: SANTOS, Milton et al (Org.). **Território**: globalização e fragmentação. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SANTOS, Milton et al (Orgs). **Território**: globalização e fragmentação. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SCHLÜTER, Regina. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

_____. **Metodologia de pesquisa em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2003.

SILVA, Suylan Midlej. **Sociabilidade contemporânea, comunicação midiática e etnicidade no funk do "Black Bahia"**. Disponível em. www.ufba.edu.br. Acesso em: fevereiro de 2004.

SMITH, Valene. **Anfitriones e invitados**: antropologia del turismo. Madrid: Endymion, 1989.

SOCIEDADE BENEFICENTE ISLÂMICA DE FOZ DO IGUAÇU. Disponível em: <http.//www.islam.com.br>. Acesso em abril de 2004.

STILIERLIN, Henri. **Islão de Bagdade a Córdova:** a arquitectura primitiva do século VII ao século XIII. Colônia: Arquitectura Universal da Taschen, 1997.

TEIXEIRA Coelho. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. 3 ed. São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 2004.

TRUZZI, Oswaldo M. **Patrícios:** sírios e libaneses em São Paulo. São Paulo: Hucitec, 1995.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ABDALATI, Hammaduah. **O Islam em foco**. São Paulo: WAWY Assembléia Mundial da Juventude Islâmica/Centro de Divulgação do Islam Para América Latina, 1989.

ABRHÃO, Salma D.; YAZBEK, Mahassen H. **Receitas árabes tradicionais do norte do Líbano**. 2 ed. São Paulo: Giramundo, 1996; Revan, 2001.

AL-KHAZRAJI, Táleb H. **Á sombra do islam**. São Bernardo do Campo: Loyola, 1989.

ALMANAQUE Abril.São Paulo: Abril, 2000. CD- ROOM.

ANDRADE, José V. **Turismo**: fundamentos e dimensões. 8 ed. São Paulo: Ática, 2002.

ATTIE FILHO, Miguel. **Falsafa:** a filosofia entre os árabes: uma herança esquecida. São Paulo: Palas Atenas, 2002.

AUDAH, Abdul K. **O islam**. São Bernardo do Campo: Centro de Divulgação do Islam para América Latina, 1989.

AVIGHI, Carlos M. Turismo, globalização e cultura, In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

AZAMBUJA, Marcelo. A gastronomia enquanto produto turístico. In: CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, *sites* de excitação turística. Porto Alegre: Ed dos Autores, 1999.

BAHL, Miguel. **Legados étnicos na cidade de Curitiba**: opção para diversificação da oferta turística local. 1994. Dissertação (mestrado) Universidade de São Paulo, São Paulo: 1994.

_____ **Legados étnicos & oferta turística**. Curitiba: Juruá, 2004.

BANDUCCI JR., Álvaro., BARRETTO, Margarita (Org.) **Turismo e identidade local**: Uma visão antropológica. Campinas: Papirus, 2001.

BARRETTO, Margarita et al. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas: Papirus, 2003.

_____. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 11. ed. Campinas: Papirus, 2001.

_____. **Planejamento e organização do turismo.** Campinas: Papirus, 1991.

_____. **Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento**. 4. ed. Campinas: Papirus, 2003.

BASÍLICO. Disponível em: http://basilico.uol.com.br/comer/comer_oc_000.shtml. Acesso em junho de 2004.

BELT, Don (Org.). **O mundo do islã**. São Paulo: National Geographic do Brasil, 2003.

BENI, Mário. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

BONTE, Pierre *et al*. **Diccionário de etnología y antropología**. Madrid, Akal: 1996.

BOSI, Alfredo. **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BOULLÓN, Roberto. **Las actividades turísticas y recreacionales**: el hombre como protagonista. ª. Edição. Cidade do México: Trillas Turismo, 1990.

CAMARGO, Haroldo. **Patrimônio histórico e cultural**. São Paulo: Aleph, 2002.

CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas.** São Paulo: Edusp, 2000.

CARDOZO, Poliana, *et al*. **A cultura árabe e o turismo em Foz do Iguaçu**. 2000 (Conclusão de Curso). Universidade do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu: 2000.

CARDOZO, Poliana; BIESEK, Ana. **A feira da nações, artesanato e turismo e cultura como forma de preservação e divulgação da cultura árabe de Foz do Iguaçu**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO. 5.,2003; Curitiba. CD ROOM.

CARNEIRO, Dib Neto. **A hortelã e a folha de uva**. São Paulo: DBA, 2003.

CASTELLI, Geraldo. **Turismo**: atividade marcante. 4 ed. Caxias do Sul: Educs, 2001.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. v. 2. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, *sites* de excitação turística. Porto Alegre: Ed. dos Autores, 1999.

CASTROGIOVANNI, Antonio; GASTAL, Susana (orgs). **Turismo na pós-modernidade**: (des)inquietações. Porto Alegre: Edipucrs, 2003.

CENTRO DE ESTUDOS E DIVULGAÇÃO DO ISLAM. Disponível em: <http.//www.islam.org.br>. Acesso em: abril 2004.

CHAMBERS, Erve (org). **Tourism and Culture**: an applied perspective. State University of New York, Albany: 1997.

_____. **Native tours**: the antropology of travel and tourism. Waveland press, Illinois: University of Maryland 2000.

CHING, Francis. **Dicionário visual de arquitetura**. São Paulo, Martins Fontes: 2000.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Unesp, 2001.

COOPER, Chris et al. **Turismo**: princípios e práticas. Porto Alegre: Bookman, 2001.

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

CULTURA ÁRABE. Disponível em: http://www.kfssystem.com.br/loubnan/dabke.html. Acesso em: agosto 2004.

DENKER, Ada. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2001.

DOMINGUES, José Maurício. Pós-modernidade e multiculturalismo. Revista da USP, São Paulo; n. 42, jul/ago. p. 20-33, 1999.

DOMINGUEZ de NAKAYAMA, Lía. **Relevamiento turístico:**propuesta metodológica para el estudio de una unidad territorial. Santa Fé: Centro de Estudios Turísticos Instituto Superior de Turismo Sol, 1994.

DUGGAN, Betty. Tourism, cultural authenticity, and the native crafts cooperative: the eastern cherokee experience. In: CHAMBERS, Erve (Org.). Tourism and culture: an applied perspective. State University of New York, Albany: 1997.

ENCICLOPÉDIA BRASIL. Disponível em: http://geocities.yahoo.com.br/vinicrashbr/index.htm. Acesso em dezembro de 2004.

ESTADO DO PARANÁ, **Projeto etnias no Paraná**. Eco Paraná. Disponível em: <http.//www.pr.gov.br>. Acesso em: maio 2004.

FRANCO, Francisco; et al. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2004.

FRIEDMAN, Thomas. **De Beirute a Jerusalém**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1991.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime. **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

GABRIELE, Francesco. **Os árabes**. Lisboa: Arcádia, 1965.

GALVÁN, José A. Identidad, endogamia étnica y adaptación sociocultural del inmigrante canario Cuba.. **Revista Guize**, Universidad de La Laguna. v. 2 p. 37-49; 1995.

GASTAL, Susana. **As alegorias Urbanas**: o passado como subterfúgio: tempo, espaço e visualidade na pós-modernidade. 2002 Tese (doutorado) - PUCRS, Porto Alegre, 2002.

_____ (Org.). **Turismo**: 9 Propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

_____. O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo. In: CASTROGIOVANNI, Antônio; CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, *sites* de excitação turística. Porto Alegre: ed dos Autores, 1999.

_____. O produto cidade: caminhos de cultura, caminhos de turismo. In: CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, sites de excitação turística. Porto Alegre : Ed dos Autores, 1999.

_____. **Turismo & cultura**: por uma relação sem diletantismos. In: GASTAL, Susana (Org.) **Turismo**: 9 propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: Edipucrs, 2002.

_____; MOESH, Marutschka (Org.). **Um outro turismo é possível**. São Paulo: Contexto/Prefeitura Municipal de Porto Alegre/Porto Alegre Turismo:2004

GHAZZAOUI, Ale. **Árabes:** usos e costumes. em: <http.//www.islam.com.br>. Acesso em abril de 2004.

GOBBI, Jorge. **Turismo y autenticidad:** hacia una propuesta relacional para el estudio de la interacción entre nativos y turistas en las comunidades locales. Disponível em: <http://www.naya.com.ar>. Acesso em abril 2004.

GOLDENER, C et al. **Turismo:** princípios, práticas e filosofias. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

GRÜNEWALD, Rodrigo. **Turismo e etnicidade**. Disponível em: <http.//www.scielo.br/>. Acesso em outubro de 2003

GUIAS PHILIPS. **Parques nacionais:** o único guia que desvenda a maior biodiversidade do Planeta. São Paulo: Publifolha, 1999.

HAJJAR, Claude. **Imigração árabe:** cem anos de reflexão. São Paulo: Ícone, 1985.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 2002.

HITTI, Philip. **Os árabes**. São Paulo: Nacional, 1948.

HOBSBAWM, Eric; TERENCE, Ranger. **A invenção das tradições**. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

HUSSEIN, Mohamad; HUSSEIN, Nádia. **Árabe ao alcance de todos**. São Paulo: Grafstyle 1996.

KEMEL, Cecília. **Sírios e libaneses**: aspectos da identidade árabe no Sul do Brasil. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2000.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Economia do turismo**. Campinas : Papirus, 1991.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas; amostragem e técnicas de pesquisa; elaboração, análise e interpretação de dados. 5 ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 2002.

LASH, Scott. **Sociologia del posmodernismo**. Buenos Aires: Amorrortu, 1997.

LE BON, Gustave. **Civilização árabe.** Curitiba: Paraná Cultural, 19—.

LEMOS, Leandro de. **Turismo que negócio é esse**: uma análise da economia do turismo. 3 ed. Campinas: Papirus, 2001.

LESSER, Jeffrey. **A negociação da identidade nacional:** imigrantes, minorias e luta pela etnicidade no Brasil. São Paulo: Unesp, 2001.

LEWIS, Bernard. **Los árabes en la história**. Barcelona: Edhasa, 1996.

LEWIS, Bernard. **O Oriente Médio**: do advento do Cristianismo aos dias de hoje. Rio de Janeiro: JZA, 1996.

LIMA, Carlos. Turismo cultural: que formação? In: CASTROGIOVANNI, Antônio; GASTAL, Susana (Org.). **Turismo urbano**: cidades, *sites* de excitação turística. Porto Alegre: ed. dos autores, 1999.

MARCONI, Maria de Andrade; PRESOTTO, Zélia Maria Neves. **Antropologia**: uma introdução. 5 ed. São Paulo: Atlas. 2001.

MEMORIAL DO IMIGRANTE. disponível em: www.memorialdoimigrante.com.br. Acesso em: abril 2003.

MOLINA, Sérgio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

_____. **Turismo**: planejamento integral. Bauru: Edusc, 2001.

MONES, Hussein. **A língua árabe**: o nacionalismo árabe. Rio de Janeiro: Bureau Cultural da Embaixada da República Árabe Unida, Rio de Janeiro: 1964.

MOSCARDO, Gianna; PEARCE, Philip. **Interpretación del turismo étnico.** Annals of Tourism Research en español. Espanha, v.1, n.1, p. 147-166, 1999. Universitat de les Illes Balears.

MURTA, Stella Maris e ALBANO Celina (Org.). **Interpretar o patrimônio**: um exercício do olhar. Belo Horizonte: UFMG,2002.

_____; GOODEY, Brian. **Interpretação do patrimônio para o turismo sustentado**: um guia. Belo Horizonte: Sebrae, 1995.

NURHAN, Kareemah. Disponível em: http://geocities.yahoo.com.br/kareemah_nurham/Artigos/estilos_danca.htm. Acesso em julho 2004

OLIVEIRA, Roberto. **Identidade, etnia e estrutura social**. São Paulo: Pioneira, 1976.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Turismo internacional**: uma perspectiva global. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PANIAGUA, José. **Vocabulário básico de arquitectura**. 10ª. ed. Madrid: Cátedra, 2000.

PEARCE, Philip; MOSCARDO, Gianna Análise do turismo comunitário: fazendo as perguntas certas. In: BUTLER, Richard (Org.) **Desenvolvimento em turismo**: temas contemporâneos. São Paulo: Contexto, 2002

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e turismo cultural**. São Paulo: Manole, 2001.

POUTIGNAT, Philippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. **Da etnicidade:** Seguido de grupos étnicos e suas fronteiras de Fredrik Barth. São Paulo: Unesp, 1998.

PREFEITURA MUNICIPAL DE FOZ DO IGUAÇU. Disponível em: http://www.fozdoiguacu.pr.gov.br. Acesso em maio de 2004.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO PAULO **Mil Povos**. Disponível em: <http://milpovos.prefeitura.sp.gov.br/interna.php?com=2&lang=1&id=550. Acesso em: junho de 2004

QUADROS, Magali. **Encenação teatral em museu histórico como fator de compreensão da identidade cultural**. 2003 Dissertação (Mestrado). - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul: 2003.

RIBEIRO, Darcy. **Configurações histórico-culturais dos povos americanos**. Civilização Brasileira, Rio de Janeiro : 1975.

RIBEIRO, Darcy. **Os brasileiros**: livro 1 teoria do Brasil. 8 ed. Petrópolis, Vozes: 1985.

RODRIGUES, Marli. Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo. In FUNARI Pedro e PINSKY Jaime (Org.) **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2001.

RUSCHMANN, Dóris. **Marketing turístico**: um enfoque promocional. Campinas: Papirus, 1991.

SABONGE, Lulu. **A arte da dança do ventre**. Disponível em:<www.lulusabonge.com.br>. Acesso em abril 2004.

SANTANA, Agustín. **Nuevas hordas, viejas culturas.** Barcelona: 1997 (cópia fornecida pelo autor).

_____. Patrimonio cultural y turismo: reflexiones y dudas de un anfitrión. Tenerife, Universidad de La Laguna: 1998 (cópia fornecida pelo autor).

SANTAYANA, Mauro. O século XXI e o desafio das etnias. In: SANTOS, Milton et al (Org.). **Território**: globalização e fragmentação. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SANTOS, Milton et al (Org.). **Território**: globalização e fragmentação. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 2002.

SCHLÜTER, Regina. **Gastronomia e turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

_____. **Metodologia de pesquisa em turismo e hotelaria**. São Paulo: Aleph, 2003.

SILVA, Suylan Midlej. **Sociabilidade contemporânea, comunicação midiática e etnicidade no funk do "Black Bahia"**. Disponível em. www.ufba.edu.br. Acesso em: fevereiro de 2004.

SMITH, Valene. **Anfitriones e invitados**: antropologia del turismo. Madrid: Endymion, 1989.

SOCIEDADE BENEFICENTE ISLÂMICA DE FOZ DO IGUAÇU. Disponível em: <http.//www.islam.com.br>. Acesso em abril de 2004.

SOLER, Luis. **Origens árabes no folclore do sertão brasileiro**. Florianópolis: UFSC, 1995.

STILIERLIN, Henri. **Islão de Bagdade a Córdova:** a arquitectura primitiva do século VII ao século XIII. Colônia: Arquitectura Universal da Taschen, 1997.

TEIXEIRA Coelho. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. 3 ed. São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 2004.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. Campinas: Papirus, 2000.

TRUZZI, Oswaldo M. **Patrícios:** sírios e libaneses em São Paulo. São Paulo: Hucitec, 1995.

TYLER, Duncan et al. **Gestão de turismo municipal**: teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2001.

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

ANEXOS

ANEXO A: LOCALIZAÇÃO DE FOZ DO IGUAÇU EM RELAÇÃO À REGIÃO SUL DO BRASIL

Enciclopédia Brasil, 2004.

ANEXO B – FICHAS DE INVENTÁRIO

Cadastros de Estabelecimentos Gastronômicos Árabes em Foz do Iguaçu

Estabelecimento:

1. Tipologia:

1.1 Restaurante ❑ 1.2 Doceria ❑

1.3 Mercado ❑ 1.4 Lanchonete ❑

2. Endereço:
3. Telefone:
4. e-mail:
5. Site Internet:

6. Proprietário (a)

6.1 Árabe (imigrante) ❑

6.2 Descendente de árabes ❑

6.3 Não árabe ❑

7 Capacidade de Público:

8 Público Freqüentador:

8.3 Comunidade árabe local ❑

8.4 Comunidade árabe visitante ❑

8.5 Comunidade não árabe local ❑

8.6 Comunidade não árabe visitante ❑

9 Dia/horário de funcionamento:

10. Ingredientes utilizados/produtos vendidos importados:

10.1 Temperos ❑ 10.2 Chás ❑

10.3 Carne ❑ 10.4 Bebidas ❑

10.5 Utensílios ❑ 10.6 Doces ❑

10.7 Outros ❑

11. Bebidas servidas/vendidas:

11.1 Bebidas árabes trad. não alcoólicas ❑

11.2 Bebidas árabes trad. alcoólicas ❑

11.3 Bebidas em geral não alcoólicas ❑

11.4 Bebidas em geral alcoólicas ❑

12. Equipamentos:

12.1 Área de lazer ❑

12.2Banheiros ❑

Salão de festas ❑

Churrasqueira ❑

Cozinha ❑

Venda de produtos árabes ❑

Venda de pratos árabes ❑

Açougue ❑

Outras ❑

Área Principal

13. Organiza alguma festividade? Qual?

14. Principais pratos/produtos

15. Precisou alterar alguma receita por falta de ingredientes? Quais?

16. Cozinheiro (a):

16.1 Árabe (imigrante) ❑

16.2 Descendente de árabes ❑

16.3 Não árabe ❑

17. O proprietário ou sua família já trabalhava no ramo antes de imigrar?

Elaborado pela autora.

Cadastros de Festividades Árabes em Foz do Iguaçu

Festividade:

1. Cunho:

1.1 Religioso ❑ 1.2 Laico ❑

Local de realização:

2. Data de realização:

3. Organizadores:

3.1 Sociedade civil organizada não religiosa ❑

3.2 Sociedade religiosa ❑

3.3 Manifestação espontânea ❑

4. Abrangência da festa:

4.1 Local ❑ 5.2 Nacional ❑

5.3 Regional ❑ 5.4 Mundo Árabe ❑

5. Público a quem se destina:

5.1 Comunidade árabe local ❑

5.2 Comunidade árabe visitante ❑

5.3 Comunidade não árabe local ❑

6.4 Comunidade não árabe visitante ❑

6. Público freqüentador:

7.1 Comunidade árabe local ❑

7.2 Comunidade árabe visitante ❑

7.3 Comunidade não árabe local ❑

7.4 Comunidade não árabe visitante ❑

7. Conta com apresentação musical:

8.1 Grupo ❑ 8.2 Solista ❑

8.3 Som mecânico ❑

8. Conta com apresentação de dança:

8.1 Bailarino (a) solo ❑

8.2 Grupo de bailarinos (as) ❑

8.3 Bailarino (a) solo com grupo musical ❑

8.4 Grupo de bailarinos (as) com grupo musical ❑

9. Custos da festa são cobertos:

10.1 Pelos organizadores ❑

10.2 Pela cobrança de ingressos ❑

10.3 Pela venda de produtos ❑

10.4 Por doações ❑

11. Gastronomia:

11.1 Pratos árabes tradicionais ❑

11.2 Cozinha Internacional ❑

11.3 Cozinha não árabe ❑

12. Cozinheiro (a):

12.1 Árabe (imigrante) ❑

12.2 Descendente de árabes ❑

13.3 Não árabe ❑

13. Bebidas servidas:

13.1 Bebidas árabes trad. não alcoólicas ❑

13.2 Bebidas árabes trad. alcoólicas ❑

13.3 Bebidas em geral não alcoólicas ❑

13.4 Bebidas em geral alcoólicas ❑

Elaborado pela autora.

Cadastro de Bens Arquitetônicos da Comunidade Árabe de Foz do Iguaçu

Edificação:

1. Endereço:
2. Telefone:
3. e-mail:
4. Site:
5. Entidade Mantenedora:

6. Cunho:
6.1. Religioso ❑ 6.2 Recreativo ❑
6.3 Educacional ❑ 6.4 Cultural ❑

7. Capacidade de Público:

8. Público Freqüentador:
8.1 Comunidade árabe local ❑
8.2 Comunidade árabe visitante ❑
8.3 Comunidade não árabe local ❑
8.4 Comunidade não árabe visitante ❑

9. Organiza Festividades?
Quais?

10. Data de construição:

Inicio **Término**

11. Horário/dia de funcionamento:

12. Equipamentos:
12.1 Área de lazer ❑
12.2 Banheiros ❑
12.3 Salão de festas ❑
12.4 Biblioteca ❑
12.5 Cozinha ❑
12.6 Outras ❑
12.7 Área Principal

13. Abriria para visitação turística?
13.1 Sim ❑ 13.2 Não ❑

14. Restrições para visitação:
14.1 Roupas ❑
14.2 Dias/horário ❑
14.3 Outras ❑

Elaborado pela autora.

Descrição:

Componentes arquitetônicos

Cadastros de Manifestações Artísticas Árabes em Foz do Iguaçu	
Nome:	
1. Endereço: **2. Ano de início das atividades:** **3. Coordenador artístico**	**8. Integrantes:** 8.1Árabe (imigrante) ❑ 8.2 Descendente de árabes ❑ 8.3 Não árabe ❑
4. Tipologia: 4.1 Grupo de dança ❑ 4.2 Grupo de música ❑ 4.3 Grupo de música e dança ❑	**9. Indumentária/figurinos:** 9.1 Adquiridos no exterior ❑ 9.2 Adquiridos no Brasil ❑ 9.3 Confeccionados no local ❑ 9.4 Confeccionados pelo próprio grupo ❑
5. Coreografia: 5.1 Em grupo ❑ 5.2 Bailarino (a) /musica solo ❑ 5.3 Grupo e solo ❑	**10. Público:** 10.1Comunidade árabe local ❑ 10.2 Comunidade árabe visitante ❑ 10.3 Comunidade não árabe local ❑ 10.4 Comunidade não árabe visitante ❑
6. Modalidade: 6.1 Música árabe ❑ 6.2 Música árabe e não árabe ❑ 6.3 Danças árabes em geral ❑ 6.4 Dança do ventre ❑ 6.5 Dança *dapke* ❑	**11. Principais eventos em que se apresenta:**
7. **Abrangência do repertório** 7.1 Local ❑ 7.2 Nacional ❑ 7.3 Regional ❑ 7.4 Mundo Árabe ❑	

Elaborado pela autora.

ANEXO C - FOTOS

Foto 1: Fachada da Mesquisa Omar Ibn Khatab

Fonte Acervo da autora.

Foto 2: Detalhe Nicho Mesquita

Fonte Acervo da autora.

Foto 3 Detalhe Mambar da Mesquita

Fonte Acervo da autora.

Foto 4: Fachada da Escola Libanesa Brasileira

Fonte Acervo da autora.

Foto 5: Fachada do *husseinye*

Fonte Acervo da autora.

Foto 6: Fachada do Clube União Árabe

Fonte Acervo da autora.

Foto 7: Barraca Árabe na Fenartec (edição 2004)

Fonte Acervo da autora.

Foto 8: Detalhe da barraca Árabe na Fenartec (edição de 2002)

Fonte Acervo da autora.

Foto 9: Fachada da Doceria Almanara

Fonte Acervo da autora.

Foto 10 Fachada do Restaurante Amuna

Fonte Acervo da autora.

Foto 11: Detalhe do Interior da Doceria Arlukam

Fonte Acervo da autora.

Foto 12: Fachada da Casa de Sfiha

Fonte Acervo da autora.

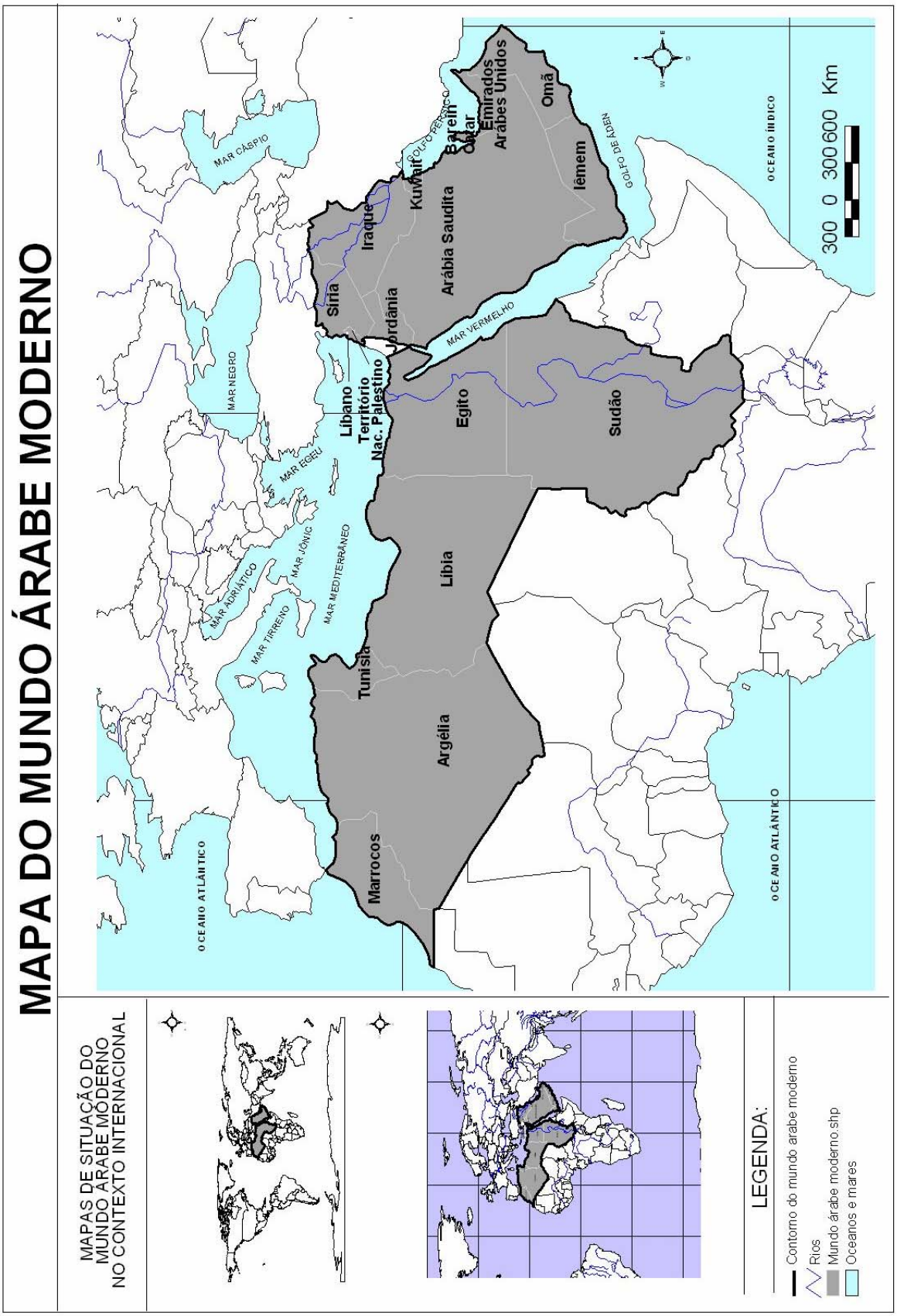
Foto 13 Detalhe da Casa da Sfiha

Fonte Acervo da autora.

Foto 14: Fachada do Mercado Árabe

Fonte Acervo da autora.

ANEXO D MAPA DO MUNDO ÁRABE MODERNO



Organizado por Roscoche, 2004.

GLOSSÁRIO DE PALAVRAS ÁRABES EMPREGADAS NO TEXTO

Bisht: um tipo de xale chamado, usado sobre a *thobe* especialmente no frio. É normalmente feito de lã leve ou de pêlo de camelo tingido de preto, creme, ou marrom, e bordado com fios dourados.

Corão: livro sagrado para a religião muçulmana. Do árabe: Recitação.

Ghutra: largo tecido quadrado dobrado em diagonal usado na cabeça.

Haran: é a grande sala de oração das mesquitas, desprovida de bancos ou de qualquer outro tipo de assentos, nele se prostram os fiéis para as orações bem como para ouvir as prédicas. Usualmente, o *haran* é coberto de tapetes.

Hijab: do árabe: vestimenta simples. Mas também esta palavra é usada para referir-se à roupa religiosa que as mulheres devem usar: folgada, sem marcar as formas do corpo, e, sobretudo o lenço que deve cobrir as orelhas, cabelos, e pescoço delas. A *hijab* teria a função principal de guardar a beleza das mulheres, que deve ser reservada para os homens mais importantes de suas vidas, e também para não colocar os homens em tentação. Também pode ser entendida como o lenço que

deve cobrir os cabelos, orelhas e pescoço das mulheres. Para os homens, a *hijab* limitar-se-ia a roupas que cubram até os joelhos.

Igaal: peça que fixa a *ghutra*, uma corda dupla trançada.

Imam: título dado aos seguidores de Maomé a quem por algum motivo destaca-se na religião.

Kuffiya: peça sobre a qual se veste a *ghutra.*

Lahme halal: do árabe: carne permitida. Referente ao animal que é abatido a partir dos critérios corânicos: preferencialmente por um homem, muçulmano, voltando a face do animal para a cidade de Meca, degolando-o e, simultaneamente pronunciando, palavras do Corão. O golpe deve ser preciso, e o sangue do animal escorrido. Anteriormente ao abate, o animal deve ser preparado: dar-lhe água e comida.

Mahjar: do árabe diáspora. O termo também é usado para designar imigração árabe.

Mambar: púlpito da mesquita se localiza ao lado do *mihrab*, de onde são proferidas as prédicas.

Mihrab nicho incrustado numa das paredes da mesquita, muito adornado e é uma das principais partes da mesquita, sinaliza a orientação obrigatória da posição para as orações.

Minaretes: são como torres das mesquitas, que identificam as mesquitas de longe, e é de lá que o *muezzim* chama os fiéis para as cinco orações diárias.

Mishlah: o mesmo que *bisht.*

Muezzin: pessoa responsável pelo chamado dos fiéis às mesquitas para as 5 orações diárias.

Qibla: é o nome da parede que abriga o *mihrab*.

Saida: título da descendência do profeta.

Sheikh: sacerdote muçulmano.

Thobe: longas túnicas brancas de uso masculino.