

A hospitalidade dos guias-intérpretes e o desenvolvimento turístico duradouro¹

The guide-interpreters as a step for the durable touristic development

Catherine Morgan-Proux²

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo verificar como o papel dos guias-intérpretes se registra como um passo rumo ao desenvolvimento duradouro, permeando a noção de hospitalidade. Uma das metas dos verdadeiros profissionais do acolhimento é tornar a prática da hospitalidade ao mesmo tempo universal e plural. Após uma visão geral dos grandes princípios da hospitalidade turística, nos deteremos nos guias de montanha dos Alpes franceses do século XIX, que desempenharam um papel especial junto aos primeiros turistas naquela região. A seguir, observaremos

¹ Tradução do original em francês de Sandra Trabucco Valenzuela, professora-doutora dos cursos de Comunicação Social da Universidade Anhembí Morumbi.

² Université Blaise Pascal, Clermont Ferrant. Département Tourisme. Endereço eletrônico: <Catherine.MORGAN-PROUX@univ-bpclermont.fr>.

a profissão no contexto do século XX e, mais precisamente, quando o Ocidente constatou a importância de preservar os locais naturais na forma, por exemplo, de parques nacionais e o papel que os guias-intérpretes podem ali desempenhar.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade; desenvolvimento duradouro; guia; guia-intérprete; história da hospitalidade.

ABSTRACT: The objective of this work is to verify how the roll of the guide-interpreters plays as a step for the durable development, permeating the hospitality notion. One of the goals of the true professionals of the reception is to turn the practice of the hospitality at the same time into universal and plural. After a general vision of the great principles of the tourist hospitality, we will observe the guides of mountain of the French Alps of the 19th century that played a special part for the first tourists in that region. Afterwards, we will situate the profession in the context of the 20th century and, more precisely, in the moment when the Occident verified the importance of preserving the natural places in the form of national parks, for instance, and the roll that the guide-interpreters may accomplish.

KEY WORDS: Hospitality; durable development; guide; guide-interpreter; History of hospitality.

O turismo, mais do que qualquer outra atividade econômica, vive das belezas da natureza e da hospitalidade dos habitantes no país de acolhimento. Esta simples observação nos conduz diretamente para a íntima relação existente entre turismo e desenvolvimento duradouro. Hoje, o turismo é uma das ferramentas privilegiadas de desenvolvimento regional, como mostra a adoção, em 1999, de uma lei que orienta o planejamento e o desenvolvimento sustentável, na qual se afirma que o turismo precisa buscar “uma competitividade econômica a longo prazo que associe justiça social, qualidade de vida e de ambiente, preservação de recursos e envolvimento dos atores nos processos de decisão”. O desafio é grande. Os efeitos perversos do turismo mal refletido foram identificados em vários níveis: deterioração do patrimônio ecológico e cultural da humanidade, degradação das paisagens e empobrecimento de comunidades ou de pessoas. Portanto, atitudes criativas, igualitárias e responsáveis permitirão o enriquecimento mútuo por meio de novos encontros com a natureza, com o patrimônio, com o outro e consigo mesmo.

O objetivo deste artigo é verificar como o papel dos guias-intérpretes se registra como um passo rumo ao desenvolvimento duradouro e que permeia a noção de hospitalidade. Os verdadeiros profissionais do acolhimento têm como uma de suas metas tornar a prática da hospitalidade ao mesmo tempo universal e plural. Após uma visão geral dos grandes princípios da hospitalidade turística, nos deteremos nos guias de montanha dos Alpes franceses do século XIX. De fato, eles tiveram um papel muito particular desempenhado junto aos primeiros turistas que se aventuraram pelo espaço não muito hospitaleiro no topo dos Alpes. A seguir, situaremos a profissão no contexto do século XX e, mais precisamente, quando o Ocidente — em especial os norte-americanos — constatou a importância de preservar os locais naturais na forma, por exemplo, de parques nacionais e o papel que os guias-intérpretes podem ali desempenhar.

Como fio condutor, nós nos apoiaremos na idéia de “hospitalidade contratual”. Falar da profissão de “guia” nos leva diretamente a uma economia de mercado que pertence ao setor do turismo. O guia vende um serviço ou um benefício com suas tarifas e suas condições. Eis aqui, na forma de hospitalidade “condicional”, na qual se encontra um problema para um pacto entre o guia e o turista. Poderíamos analisá-la à luz da hospitalidade “relativa”, definida por Alain Montandon (1999, p. 20) como sendo “determinada por regras que delimitam as formas [...] que traçam as fronteiras [...] em um sistema que é bem regulado”. A hospitalidade dos guias era, naquele momento, o contrário da hospitalidade como “dádiva”, como é apresentada por Valérie Deshoulières e Danièle Perrot em sua obra *Le don de l'hospitalité* (2001), que sonda a profundidade da hospitalidade “sacrificatória” ou a hospitalidade desinteressada. No entanto, a noção de “dom” não se exclui da profissão. Ela funciona inclusive como um motor. Veremos isto ao estudar os trabalhos acadêmicos dos norte-americanos que se debruçaram justamente neste ponto da questão.

As diferentes formas de hospitalidade turística

O que são as diferentes formas da hospitalidade turística? É preciso destacar que a hospitalidade turística enquadra-se nos grandes eixos da hospitalidade, tal como foi

tratada nos trabalhos dirigidos por Alain Montandon, isto é, os lugares das representações míticas e simbólicas, das práticas e uma história.

Em primeiro lugar, existem os lugares tradicionais de hospitalidade turística. Uma topografia dos lugares geográficos de turismo traz à luz alguns espaços: o litoral e a montanha com as suas estações, e os grandes centros urbanos com seus parques de hospedagem em função dos fluxos turísticos.

A rede rodoviária e ferroviária do século XIX desenhou o cartão turístico da França e originou a implantação de estruturas de acolhimento de acordo com as estações ou itinerários dos motoristas. Thomas Cook conduziu seus grupos além das fronteiras britânicas: Suíça, depois Itália, Grécia, França e praias do Reno e Egito em especial — os navios a vapor no Nilo são verdadeiros hotéis flutuantes de três andares.

Pode-se notar também o papel das representações míticas e simbólicas da hospitalidade no imaginário das viagens. A promoção turística, por exemplo, inspira-se amplamente na idéia de tornar um destino muito mais desejável.

O senso de hospitalidade de um povo — freqüentemente representado pelo sorriso radiante de uma mulher jovem — que acolhe os visitantes é citado à exaustão em anúncios e folhetos.

Somemos ainda as práticas do acolhimento turístico. A oferta de hospedagem se multiplica e evolui de acordo com o comportamento turístico.

O turista, quando está em grupo, deixa-se levar completamente por conta de um sistema — como num lugarejo de férias, por exemplo — onde tudo está reunido no mesmo lugar. Os turistas independentes voltam-se para o anonimato de um hotel de passagem ou para o acolhimento personalizado de uma *guest house*, ou quarto de hóspedes. A hospitalidade turística é um bem de consumo, com seu sistema de classificação — estrelas, chaves ou talheres — que indica ao turista a relação qualidade – custo.

Por fim, a hospitalidade turística tem a sua história. Os historiadores nos ensinam que a hospitalidade já era praticada desde a Antiguidade. Os gregos acolhiam as pessoas que participavam de festas religiosas. Quando os ricos patrícios romanos se dirigiam a localidades de prazer, seus *domaines* (ou domínios — em latim, *villae*), para desfrutar da tranquilidade da vida rural, lançaram a moda do “veraneio”. Até o século XVIII, no Ocidente, a maioria dos deslocamentos tinha como motivo as guer-

ras de conquistas, o comércio e as trocas comerciais e artísticas, ou as peregrinações (Roma, Santiago de Compostela). Estes deslocamentos conduziram a situações de acolhimento mais ou menos organizado. A invenção do Turismo no final do século XVIII originou a criação das estruturas turísticas de acolhimento. A origem da viagem de prazer, *The Grand Tour*, se dá quando os jovens cavalheiros ingleses começam a percorrer a Europa, numa verdadeira viagem de iniciação para a descoberta das raízes culturais. Nasce o Turismo (o termo surge em 1800). Os burgueses passam a praticar esta nova moda de viajar, de forma prazerosa, desde o início do século XIX, freqüentando as estâncias balneárias “lançadas” pelas elites. Nesses locais, também se oferece o prazer dos tratamentos termais, como em Bath, Vichy, Aix-les-Bains, Baden-Baden.

Nas grandes cidades e no litoral europeu surgem então novos estabelecimentos: destes, os nomes e conceitos são inovações e irão perdurar³. Hotel, restaurante, café: a trilogia de Horeca. O hotel, freqüentemente batizado de “Inglaterra” ou “Grã-Bretanha”, oferecia conforto à inglesa.

Os guias como anfitriões

Como vimos, a hospitalidade turística organiza-se em torno de lugares e estruturas; contudo, ela gera também alguns atores: hoteleiros, donos de hospedarias, de restaurantes, de transportes, além de operadores e guias. Esses últimos não datam somente do início do Turismo. Em todos os países do mundo e em todas as épocas, cada vez que se encontram lugares desconhecidos ou perigosos, surgem homens que acompanham para mostrar o caminho. Alexandre, o Grande, contratou guias militares. Na Idade Média, diplomatas ou embaixadores, às vezes papas, comerciantes, peregrinos, clérigos, portadores de relíquias, mensageiros de todo tipo, chamavam comumente homens do local, homens que atravessavam as encostas e que alguns chamavam de “*marrons*”, para guiar as pessoas na travessia dos Alpes.

Porém, o advento do turismo desperta entre estes guias a necessidade de se organizar em uma corporação com planejamento, regulamentação e tarifas. Deste ponto

³ Para um estudo preciso da evolução das formas provadas de hospitalidade ver Grassi (2004).

de vista, os guias de montanha desempenham o papel de pioneiros. A Companhia de Guias de Chamonix data de 1821. A atividade se profissionaliza e a profissão se adapta à nova clientela, cuja entrada nas áreas de montanha é motivada por uma prática totalmente nova de deslocamento: a viagem de prazer ou excursão. Os guias de montanha são os atores-chave da nova percepção da montanha que emerge a partir do final do século XVIII. Como afirma Renaud de Bellefon (1973, p. 11) em sua pesquisa sobre os guias de montanha na França, a invenção do guia revela “evoluções do olhar, do conhecimento e das aproximações da natureza [...], consequência direta da invenção da montanha”.

O que se apresenta neste novo olhar sobre a montanha e como os guias contribuíram para tornar este espaço atraente e hospitaleiro? Depois de muito tempo, a montanha — assim como o mar — provocou apenas um sentimento de desgosto. Marc Boyer cita o bispo Burnet, um grande viajante do final do século XVII, que tentou elaborar uma explicação teológica para este horror das montanhas: “Definitivamente, elas são o produto de maldições divinas como o Dilúvio”. Antes do pecado original, o Éden não tinha mares, nem montanhas. Era um jardim (BOYER, 1996, p. 20). A angústia das avalanches, medo de lobos, terror de monstros ou de bandidos que viviam naquele espaço: o viajante se apavorava demais durante as travessias.

Porém, uma mudança de sensibilidade por volta dos séculos XVIII e XIX marca uma nova percepção dos espaços ilimitados que se tornam bonitos, fascinantes e fontes de novas emoções. (CORBIN, 1990) Esta mudança se faz em grande parte graças a Rousseau e seu romance *A Nova Heloísa* (carta 23), que permitiu descobrir novas paisagens. Outro texto emblemático que despertou um novo gosto pela montanha é o do genebrês Horatio Benedict de Saussure que descobre o Alto-Alpes nos anos 1780. Diante da imagem do “Gigante”, ele expressa o sentimento de plenitude provocado por uma natureza “humana” que invade tudo: “A alma se eleva, as visões do espírito parecem expandir-se e, em meio deste majestoso silêncio, acredita-se ouvir a voz da natureza e se tornar o confidente de suas realizações mais secretas”. Na mesma época, *Les Observations sur les Pyrénées* (1789), de Raymond de Carbonnières, faz os viajantes sonharem em busca de lugares de excursões e de novas emoções diante dos esplendores naturais.

Mont Blanc, a antiga montanha maldita, torna-se uma fonte de fascínio e de façanha esportiva. Saussure anunciou que daria uma boa recompensa a quem encontrasse um caminho praticável para chegar ao cume. Imediatamente, os habitantes empreenderam algumas jornadas de reconhecimento. Foram necessários 26 anos para que o Dr. Paccard e Jacques Balmart lá chegassem em 1786. No ano seguinte, Saussure escala a sua volta. Dos quatro cantos do globo chegam novos visitantes ansiosos também por medir a Mont Blanc. A clientela inglesa cresce cada vez mais. É necessário não só a perícia técnica dos guias em matéria de alpinismo, mas também o conhecimento que possuem da montanha, resultante de uma prática cotidiana. Os primeiros guias, como se sabe, são os caçadores, escavadores, os donos de hospedaria, pastores e filhos de pastores. Apreende-se a vida dos camponeses nos cadernos que eles deixaram e que é possível consultar nos arquivos do Conservatório de Arte e de História de Annecy. Por exemplo, o caderno de Delphin Couttet nos leva diretamente ao coração de uma família de agricultores: “meu irmão, François Couttet me deve 18 francos pela cabra que vendi a ele. Alexandre, meu irmão, me deve 53 quilos de aveia que eu emprestei a ele”.⁴

Os cadernos são uma fascinante fonte de informações sobre a atividade de guia, a qual se torna uma prestação de serviço para uma clientela que deseja satisfazer seus desejos de conquista e lazer.

O conhecimento da terra entre os guias está a serviço do turista, que tem necessidade não só de alguém para achar a travessia menos trabalhosa, mas também de um guia para permitir a descoberta das maravilhas naturais. Os turistas estão à procura de um panorama, por exemplo, uma nova visão circular como a inventada por Saussure. Delphin Couttet anota cuidadosamente em seu caderno as descrições do que vê. Ele registra, por exemplo, todas as encostas, montes e picos que vê do Balme “partindo pelo Oriente”.

A paisagem é assimilada por meio de uma nova forma de leitura: a leitura sobre o tempo e a distância de um percurso feito a pé. Delphin Couttet desenha alguns pequenos cartões, como forma de auxiliar a memória. Os itinerários são descritos

⁴ Estes cadernos, não publicados, encontram-se na coleção Payot, no Conservatório de Arte e de História, 18 avenue de Trésun, 74000 Annecy.

com referências a chalés, campos de pastoreio e de outras “curiosidades” propícias a suscitar o interesse dos turistas. A terminologia do guia é precisa: menos de uma hora de “passeio”, 3 horas ou o equivalente de “excursão”, 6 dias ou o equivalente de “viagem”. Os conhecimentos lingüísticos se desenvolvem, necessariamente, para melhor acolher essa clientela essencialmente estrangeira. Delphin Couttet registra algumas páginas de vocabulário, resultado de conversas que devem ter ocorrido entre o guia e um turista inglês. Com a letra “A”: “abroad”, “adventure”, “ambassador”, “to attend”, “ale house”. Com a letra “B”: “bachelor”, “to bathe”, “bedroom”, “to boil”, “breakfast”. Alguém pode querer saber por que ele teria anotado “bride”, isto é, noiva. Talvez, ele tenha acompanhado um casal em lua-de-mel ou será que ele teria se preparado para pedir a mão de uma jovem turista?

O relacionamento entre cliente e guia instaura-se, tendo este último o papel de prestador. A hospitalidade do guia é “livremente consentida”, de acordo com Anne Gottman (2001), mas não é gratuita. Um contrato financeiro liga as duas partes. Nos cadernos dos guias, os turistas escreviam suas apreciações; em resumo, alguns testemunhos do seu grau de satisfação.

Parece-nos que esta prática revela a relação contratual entre o guia e o cliente, conforme o costume comercial. Em primeiro lugar, isto mostra que o turista/cliente tinha uma expectativa específica quanto ao relacionamento com seu acompanhante, o qual tinha de demonstrar as competências necessárias. Por sua vez, o guia sentiu-se motivado a colecionar este tipo de apontamento em seu caderno, porque poderia servir como um livro de ouro ou de publicidade para a sua valorização junto a futuros clientes em potencial. A seguir, inserimos algumas apreciações típicas:

Jean Simmond acompanhou-nos até o topo do Mont Blanc em nossa subida nos dias 26 e 27 de agosto de 1855: ele revelou todas as qualificações essenciais como guia e nós tivemos muito prazer em testemunhar sua coragem e atividade e o recomendamos para todos os turistas de montanha.

Assina Charles St. John, capitão do 94.º Regimento e Edward Brent, em 29 de agosto de 1855.

Jean Michel Ferrat acompanhou a mim e a minha filha através da encosta do Gigante, onde sua capacidade e intrepidez foram os melhores serviços possíveis, seu bom humor, civildade e atenção invariáveis.

Assina Elizabeth Campbell, em 20 de agosto de 1822.

O marquês de Mun, da França, sentiu-se especialmente satisfeito com os serviços e o cuidado do guia Charlet, chamado de Decano, a quem teve a oportunidade de apreciar em circunstâncias difíceis, quando o decano Charlet demonstrou muita inteligência, humanidade e zelo. O marquês de Mun recomenda-o a todos os viajantes, como um dos melhores guias do país.

(CHAMONIX, 14 de julho de 1822)

Ao descrever a relação entre guia e turista, Mugururas Constantinescu (2004, p. 677) compara o guia a um anfitrião: “Em certo sentido, o guia é o anfitrião do turista no topo da montanha, um anfitrião em movimento e o refúgio que ele oferece é exatamente seu *savoir-vivre* — ‘saber-viver’ —, seu ‘conhecimento de escalar’, mas também, em caso de necessidade, o próprio calor de seu corpo”. O tom cordial dos temas expressos nos cadernos dos guias permite perceber outra relação entre cliente e guia. Este relacionamento poderia ser qualificado, senão de amistoso, pelo menos, como de proximidade, que é tecida pelos perigos e alegrias compartilhadas durante o percurso. Sugere-se aqui uma relação que extrapola a de um simples contrato. Testemunho após testemunho, destaca-se a relação privilegiada que se instaura entre o guia e seus clientes. Por sua vez, os clientes são gratos com quem os conduz neste espaço pouco hospitaleiro. “Bem-informado”, “intimamente familiarizado com o distrito”, “conhecimento das localidades” são algumas observações recorrentes, bem como “bom humor” e “disposição em se comunicar”. Imaginemos por um momento este encontro extraordinário entre dois mundos.

O burguês da Inglaterra e o norte-americano, cujos endereços são o Brooklyn, Nova York, e University College, Oxford, ou Sloan Square, Londres, estabelecem uma relação de partilha com guias provenientes do mundo rural. A elite urbana inglesa encontra o camponês das montanhas francesas.

Esta relação privilegiada entre guia e seu público cativo interessou muito a alguns norte-americanos no momento da concepção dos parques nacionais, dos quais o primeiro foi o Parque Nacional de Yellowstone, criado em 1877. Como fazer para que turistas adentrassem em espaços selvagens? Enos Mills, o fundador do Parque Nacional Rocky Mountain, em 1915, é considerado hoje como o primeiro a trazer uma resposta a esta pergunta sobre a evidente importância dos guias-intérpretes nos parques. A chave, segundo ele, é transmitir um conhecimento preciso da flora

e fauna, associado a uma paixão pelo valor intrínseco dos parques como lugar de aprendizagem na natureza. Ele encorajou os guias a levar crianças aos parques, desenvolver sua curiosidade espontânea, enquanto lhes contava histórias ou “biografias”, como disse ele, das plantas ou enquanto os fazia vivenciar por eles próprios todas as facetas do mundo natural. Sua versão do credo do guia-intérprete se resume a: “iluminar e revelar”.

Seu seguidor, Freeman Tilden, escreveu em 1957 o primeiro manual destinado aos guias-intérpretes do Serviço do Parque Nacional, *Interpreting our Heritage*, no qual insiste no papel a ser desempenhado para a preservação dos recursos naturais e os locais de memória histórica. Ele parte do princípio de que um guia-intérprete é um “revelador” das belezas naturais do local⁵. De acordo com Tilden, os guias-intérpretes, em razão de seu contato direto com o público, podem trazer um conhecimento melhor do mundo selvagem e de sua fragilidade, o que conduz o cidadão a uma tomada de consciência em favor de sua proteção: “Através da interpretação, compreensão; através do entendimento, apreciação; através da apreciação, proteção” (TILDEN, 1957, p. 38):

Hoje, os universitários norte-americanos que orientam estudantes sobre o trabalho de guia dão ênfase à mensagem. Nas palavras de Larry Beck e Ted Câble, uma das missões de um guia-intérprete é revelar o espírito único de um local, o *genius loci*, de forma que ele desperte no visitante um amor compartilhado pelo lugar. Um dos objetivos disso é que este sentimento de apego favoreça um comportamento responsável por parte dos indivíduos, bem como da coletividade. Visando ao cumprimento dessa missão, que ultrapassa os limites estritos de um contrato de trabalho, Larry Beck e Ted Cable destacam o que consideram “dom” do guia-intérprete. Trata-se de uma profissão profundamente ancorada no dom. É uma “profissão de entrega. A alegria de dar, para o intérprete, é a entrega. A profissão é nobre, pois nela servimos os outros através de presentes enriquecedores da vida. Fazemos muito, com uma baixa expectativa de receber algo em troca — em especial nada além da alegria de presentear. Continuaremos a aprender e a ser inspirados (receber), e continuaremos

⁵ Esta aproximação chega à França no final dos anos 80, notadamente graças ao trabalho de Jean-Pierre Bringer (2005).

a interpretar (dar) de nossa riqueza de conhecimento e experiência. Nosso dom é de auxiliar os outros a ver” (BECK; CABLE, 2002, p. 169).

O guia não resolveu o paradoxo das duas formas de hospitalidade — a “dádiva” e o contrato — que continua intacto. Permanece, porém, a interface dos dois. Eis aqui um dom a serviço do estrangeiro. Um dom que permite ver. Após seu surgimento no início do século XIX, o guia-intérprete é um anfitrião profissional, que acolhe o visitante em novos espaços.

Ele não se contenta em mostrar o caminho, ele ilumina o caminho e oferece algumas chaves para sua leitura. Ele possui o dom de fazer com que os visitantes entendam o valor único de um lugar por meio de uma sensibilização para os recursos naturais e culturais. Ao suscitar a reflexão do visitante, que se torna o ator de sua descoberta, o guia-intérprete contribui para uma melhor compreensão do território; para produzir uma descoberta aos visitantes e para uma re-apropriação do local por parte dos habitantes. Por esse motivo, considerar os guias-intérpretes como verdadeiros animadores de um desenvolvimento duradouro, é apenas um passo.

Referências

BECK, Larry; CABLE, Ted. *Interpretation for the 21st Century: Fifteen Guiding Principles for Interpreting Nature and Culture*. Champaign, Illinois: Sagamore Publishing, 2002.

BOYER, Marc. *L'Invention du tourisme*. Paris: Gallimard, 1996.

BRINGER, Jean-Pierre. Interprétation: une carte majeure pour le tourisme et le patrimoine. *Source, Centre National de Ressources du Tourisme et du Patrimoine Rural*. n. 79, set. 2005.

CARBONNIÈRES, Raymond de. *Les Observations sur les Pyrénées*. Edition Originale, 1789.

CONSTANTINESCU, Mugururas. Montagne. In: MONTANDON, Alain. *Le Livre de l'hospitalité: Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris: Bayard, 2004.

CORBIN, Alain. *Le territoire du vide: L'occident et le désir de rivage*. Paris: Flammarion, 1990.

DE BELLEFON, Renaud. *Du Terroir au territoire: Histoire des guides de montagnes en France 1780-1960*. Toulouse: Université de Toulouse le Mirail, 1973.

DESHOULIÈRES, Valérie; PERROT, Danielle (Éds.). *Le Don de l'hospitalité. De l'échange à l'obligation*. Clermont Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal, 2001.

GRASSI, Marie Claire. De l'Auberge à l'hôtel. In: MONTANDON, Alain. *Le Livre de l'hospitalité. Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris: Bayard, 2004.

GOTTMAN, Anne. *Le sens de l'hospitalité*. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.

MONTANDON, Alain. *Le Livre de l'hospitalité: Accueil de l'étranger dans l'histoire et les cultures*. Paris: Bayard, 2004.

_____. *Mythes et représentations de l'hospitalité*. Clermont Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal, 1999.

ROUSSEAU, Jean Jacques. *Julie ou la nouvelle Heloise*. Folie France, 1993.

TILDEN, Freeman. *Interpreting our Heritage*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1957.

Artigo recebido em junho de 2005

Aprovado em setembro de 2006