

## **A IDENTIDADE SÓCIO-HISTÓRICO-CULTURAL DA IRMANDADE DA BOA MORTE COMO PRODUTO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO.**

**Joseane Vitena dos Santos<sup>1</sup>; Renata Pitombo Cidreira<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Discente de Comunicação Social/ Jornalismo, do Centro de Artes Humanidades e Letras (UFRB). Bolsista PIBIC/FAPESB no projeto “A dimensão simbólica das vestes da Boa Morte”.

<sup>2</sup>Professora adjunta da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB). Orientadora PIBIC do projeto de pesquisa “A dimensão simbólica das vestes da Boa Morte”

O entendimento de que vivemos em um mundo de heterogeneidades culturais, leva o turismo a ser muito mais do que uma atividade socioeconômica, mas uma possibilidade de vivenciar trocas sócio-históricas e culturais. O turismo cultural associado aos festejos da Boa Morte tem uma enorme riqueza, conseguindo misturar tradição étnica, traços de raízes africanas, (re)encontro com matrizes religiosas católicas, confronto com marcos arquitetônicos remotos, entre outros aspectos que se consumam em imagens pregnantes e num consumo de signos. O cotidiano e a imagem corporal das irmãs da Irmandade da Boa Morte são espetacularizados e enquanto tais são consumidos por uma infinidade de turistas que acompanham curiosos os caminhos da fé, da tradição, do mistério e do sincretismo da Irmandade. Neste sentido, a herança negra e a sua representatividade, fortemente presente nas manifestações culturais e religiosas da Irmandade da Boa Morte, que desfruta de reconhecimento nacional e internacional, propicia que pessoas do mundo inteiro reconheçam a riqueza cultural desta confraria, que se tornou um dos mais importantes motores de atração turística à cidade de Cachoeira e ao recôncavo baiano.

**Palavras chave:** Cultura, identidade, turismo.