

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

AS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS E SUA RELAÇÃO COM O TURISMO NA GRANDE JOÃO PESSOA.

Bruno Dantas Muniz de Brito

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Turismo do Departamento de Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, atendendo aos requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo, orientado pelo professor Ms.C. Carlos José Cartaxo.

**João Pessoa
2004**

**AS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS E SUA RELAÇÃO COM O TURISMO
NA GRANDE JOÃO PESSOA.**

Bruno Dantas Muniz de Brito

Monografia aprovada em ____/____/ 2004

Média Final: _____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ms.C. Carlos José Cartaxo
Departamento de Comunicação – Universidade Federal da Paraíba
Orientador

Profa. Ms.C. Zulmira Nóbrega
Departamento de Artes – Universidade Federal da Paraíba

Prof. Dr. Andrea Chiacchi
Departamento de Sociologia – Universidade Federal da Paraíba

Dedico este trabalho a todas as comunidades que resguardam em seu meio as tradições populares e a luta contínua pela identidade cultural do Brasil.

AGRADECIMENTOS

A princípio a DEUS, por todas as bênçãos que se fizeram presentes em minha vida, até mesmo nos momentos de maior aflição quando ELE me afanou a cabeça e me deu forças para continuar.

A minha família, motivo de orgulho e admiração de minha parte, especialmente a mainha e painho, por sempre estarem presentes, a minha esposa e paixão da minha vida Marcela e ao meu maior amor, minha filha Giovanna.

Ao professor Carlos Cartaxo, por me orientar e sempre apoiar minha iniciativa, acreditando em mim e no meu trabalho.

A professora Zulmira Nóbrega, em especial, pela imensa força e carinho que sempre teve comigo.

Ao professor José Nilton, pelo apoio e ajuda na condução da pesquisa científica.

A todos os meus amigos: Glauco, Vinícius, Leila, Márcia, Rafaella, Mirtes, Lizianne, Edna, Teresa Regina, Cristiane, Silba, Bruno Machado, Gustavo, Guto, Kiara, Marcela Prudente, Joélio, Felipe e Onicéia, pessoas que amo e respeito desde a nossa primeira convivência.

Por fim, a todos que colaboraram direta ou indiretamente na conclusão deste trabalho.

Neutro é quem já se decidiu pelo mais forte.

Max Weber

RESUMO

O turismo é uma atividade extremamente importante para diversos atores sociais nos dias de hoje, tanto para aquelas comunidades que são visitadas quanto para seus visitantes. O contato direto permite a troca de informações e de experiências entre culturas diferentes, unidas momentaneamente pela presença mútua em um determinado espaço geográfico. No entanto, em alguns casos, o motivo pelo qual se empreende uma viagem turística pode acabar por se tornar num processo de aculturação dos costumes de uma localidade. A globalização, grande mecanismo de integração inter-cultural, permite em certos casos que culturas consideradas hegemônicas sufoquem e, até mesmo, interrompam o fluxo contínuo das manifestações culturais de uma localidade, agregando ao local componentes demandados pelo global. Nesse sentido, a atividade turística pode gerar mais malefícios que benesses para as comunidades receptoras. Dessa forma, o presente trabalho objetivou investigar até que ponto a atividade turística na região da grande João Pessoa, Paraíba, pode chegar a transformar suas manifestações culturais de forma que as mesmas percam seu caráter de autênticas expressões da cultura popular. O Côco de Roda Mestre Benedito, o Côco de Roda de Forte Velho, a Lapinha Jesus de Nazaré de Dona Erotilde, a Nau Catarineta de Cabedelo, a Ciranda do Sol de Mestre Mané Baixinho, O Grupo do Sesc Tenente Lucena, o Cavalinho Marinho de João do Boi, o Boi de Reis de Mestre Piralinho, a Tribo Indígena Potiguara e a Tribo Indígena Pele Vermelha são manifestações estudadas neste íterim. O trabalho deu-se em períodos de investigação bibliográfica, observação de eventos turísticos na cidade, entrevistas com pessoas que coordenam as manifestações, tanto nos bairros da capital como em instituições de fomento ao turismo, e levantamento nos diversos órgãos que lidam com cultura. Foi possível constatar, ao final da pesquisa, que o turismo responde por várias transformações na cultura popular regional, sobretudo em aspectos que compreendem o tempo social dos grupos, a duração das apresentações, os trajes de cada manifestação e as intenções que muitos deles aspiram em mudar seus costumes (considerados autênticos) com a intenção de obter benefícios financeiros que o turismo possa vir a lhes oferecer.

Palavras-chave: 1. Turismo 2. Cultura Popular
3. Tradição 4. Impactos culturais

ABSTRACT

The tourism is an extremely important activity for several social actors nowadays, not only for those communities that are visited, but also for visitors either. The direct contact allows the change of information and experiences among different cultures, united momentarily by the mutual presence in a certain geographical space. However, in some cases, the reason for which a tourist trip is undertaken can end up in a process of several interventions in the habits of the place visited. The globalization, great mechanism of inter-cultural integration, allows in certain cases that cultures considered hegemonies suffocate and, even, interrupt the flow of the cultural manifestations of a place, joining to the component place disputed by the global. In that sense, the tourist activity can generate more harms than benefits for the receiving communities. In that way, the present work aimed to investigate what extent the tourist activity in the city of João Pessoa, capital of Paraíba, can harm the cultural manifestations, causing the lost of their character of authentic expressions of the popular culture. The Côco de Roda Mestre Benedito, The Côco de Roda of Forte Velho, Lapinha Jesus de Nazaré of Dona Erotilde, The Nau Catarineta of Cabedelo, Cirande of Sun of Mestre Mané Baixinho, the Group of Sesc Tenente Lucena, The Cavalo Marinho of João do Boi, The Boi de Reis of Mestre Piralinho, the Indigenous tribe Potiguar, the Indigenous tribe Skin Red are manifestations studied in this interim. The work felt in periods of bibliographical investigation, observation of tourist events in the city, interviews with people that coordinate the manifestations, so much in the neighborhoods of the capital as in fomentation institutions to the tourism, and rising in the several organs that work with culture. It was possible to verify, at the end of the research, that the tourism answers for several transformations in the regional popular culture, above all in aspects that understand the social time of the groups, the duration of the presentations, the clothes of each manifestation and the intentions that many of them aspirate in changing your habits (considered authentic) with the intention of obtaining financial benefits that the tourism can come offering them.

Key-word: 1. Tourism 2. Popular Culture
 3. Tradition 4. Cultural Impacts

SUMÁRIO

1. LISTA DE FIGURAS	12
2. LISTA DE GRÁFICOS	13
3. LISTA DE SIGLAS	14
4. LISTA DE TABELAS	15
5. INTRODUÇÃO	17
5.1. Delimitação do problema focado	20
5.2. Objetivo Geral	21
5.3. Objetivos Específicos	21
6. CONTANDO A CULTURA POPULAR	23
6.1. Definições e representação da cultura popular	23
6.1.1. Côco de Roda	25
6.1.2. Lapinha	27
6.1.3. Nau Catarineta	28
6.1.4. Ciranda	30
6.1.5. Boi de Reis	31
6.1.6. Cavalo Marinho	32
6.1.7. Tribos Indígenas	34
6.1.8. Grupos parafolclóricos	35
6.2. Danças e folguedos populares:	36
6.2.1. Côco de Roda Mestre Benedito	39
6.2.2. Côco de Roda de Forte Velho	41
6.2.3. Lapinha Jesus de Nazaré de Dona Erotilde	43
6.2.4. Nau Catarineta de Cabedelo	47
6.2.5. Ciranda do Sol de Mestre Mané Baixinho	50
6.2.6. Boi de Reis de Mestre Piralhinho	53
6.2.7. Cavalo Marinho Infantil de João do Boi	55
6.2.8. Tribo Indígena Potiguara	57
6.2.9. Tribo Indígena Pele Vermelha	59
6.2.10. Grupo parafolclórico do SESC Tenente Lucena	61

7. TURISMO – CONCEITOS E COMPLEXIDADE	66
7.1. Massificação cultural promovida pelo Turismo	71
7.2. Autenticidade x Simulação Cultural	79
7.3. O Turista: principal elemento de transformação cultural	81
8. IMPACTOS SÓCIO-CULTURAIS POSITIVOS E NEGATIVOS DO TURISMO NAS MANIFESTAÇÕES POPULARES	88
8.1. Sob o domínio das ideologias empresariais	91
8.2. Alguns casos de impacto na cultura fomentado pelo turismo	93
8.3. Produto de consumo turístico	97
8.4. O turismo e a construção do não-lugar cultural	100
9. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	103
9.1. Ocasão de encenação das manifestações	103
9.2. A demanda turística pela cultura popular local	104
9.3. Principais locais de apresentação dos grupos	105
9.4. A busca pelo diferencial na grande João Pessoa	106
9.5. A indumentária dos grupos	108
9.6. Ocasão em que são renovados os trajes	110
9.7. Tempo necessário para as apresentações	111
9.8. Cultura popular e Turismo responsável	114
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	118
11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	123
12. ANEXOS	130
Anexo 1: Questionário de pesquisa monográfica	
Anexo 2: Capa Isto É Gente	
Anexo 3: Propaganda VASP	
Anexo 4: Capa do Folder IX FENART / páginas internas	

- Anexo 5:** Capa Caderno de Turismo / matéria de capa
- Anexo 6:** Artigo 216 / Constituição de 1988 - República Federativa do Brasil
- Anexo 7:** Revista Isto É – Carnaval S/A
- Anexo 8:** Panfleto Vem Viver a Paraíba
- Anexo 9:** Matéria publicada em O Norte – Forró na Praia
- Anexo 10:** Folder de programação (Grupo Tenente Lucena – Sesc)
- Anexo 11:** Calendário de programação (Grupo Tenente Lucena – Sesc)
- Anexo 12:** Letra de uma das cirandas de João grande
- Anexo 13:** Folder: Fórum de Turismo promovido pela Asper e FAP
- Anexo 14:** Mestre Gasosa do Cavalo Marinho (10 de fevereiro de 2002)

LISTA DE FIGURAS

FOTO 01: Côco de roda	25
FOTO 02: Lapinha	27
FOTO 03: Nau Catarineta	28
FOTO 04: Ciranda	30
FOTO 05: Boi de Reis	31
FOTO 06: Cavalo Marinho	32
FOTO 07: Tribo Indígena	34
FOTOS 08 e 09: Grupos parafolclóricos	35
FOTOS 10 e 11: Dona Teca e Côco de Roda Mestre Benedito	39
FOTO 12: Côco de Roda de Forte Velho	41
FOTOS 13 e 14: Dona Pinta e dona Marlene de Forte Velho	42
FOTO 15: Dona Erotilde (Lapinha)	44
FOTO 16: Nau Catarineta de Cabedelo	49
FOTO 17: Ciranda do Sol de Mestre Mané Baixinho	50
FOTO 18: Boi de Reis de Mestre Piralinho	53
FOTO 19: Cavalo Marinho de João do Boi	55
FOTO 20: Tribo indígena Potiguara	57
FOTO 21: Dona Inácia	59
FOTO 22: Grupo parafolclórico do SESC Tenente Lucena	61
FOTO 23: Desfile da Escola de Samba Imperatriz Leopoldinense	94
FOTOS 24 e 25: Quadrilha Junina de Campina Grande	95

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01: Mapa Cultural do Estado da Paraíba	36
GRÁFICO 02: Mapa da Grande João Pessoa	37
GRÁFICO 03: Níveis de Penetração Cultural	78
GRÁFICO 04: Perfil Psicográfico dos Turistas	84
GRÁFICO 05: Cultura de Consumo Turístico	98
GRÁFICO 06: Quando são encenadas as manifestações	104
GRÁFICO 07: Grupos que receberam convites para se apresentar	104
GRÁFICO 08: Locais das apresentações dos folgedos a convite	105
GRÁFICO 09: Grupos que recebem incentivo financeiro	107
GRÁFICO 10: Auxílios recebidos pelos grupos à convite	107
GRÁFICO 11: Questão sobre o traje dos grupos	109
GRÁFICO 12: Manifestações que modificaram seus trajes	109
GRÁFICO 13: Ocasão em que os trajes são renovados	110
GRÁFICO 14: Duração das apresentações	111
GRÁFICO 15: Duração das apresentações em eventos	113
GRÁFICO 16: Montante dos grupos que aceitariam modificações culturais	115

LISTA DE SIGLAS

ABIH/JP – Associação Brasileira das Indústrias / João Pessoa

CD – Compact Disc (Disco Compacto)

CPC – Centro Popular de Cultura

FUNESC – Fundação Espaço Cultural

FUNJOPE – Fundação Cultural de João Pessoa

IPHAEP – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MAP - Mercado de Artesanato Paraibano

NUPPO – Núcleo de Pesquisa e Documentação da Cultura Popular

PBTUR – Empresa Paraíba de Turismo

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SESC – Serviço Social do Comércio

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

VASP – Viação São Paulo

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Dados referentes aos grupos pesquisados.	38
Tabela 02 – Resumo dos impactos socioculturais positivos e negativos do turismo.	88

5. INTRODUÇÃO

O turismo como atividade econômica tem se estabelecido muito nos últimos tempos, chegando a ser a principal fonte de desenvolvimento econômico de uma localidade. Esse fato tem sido visto em várias cidades que adotaram a atividade turística e apresentam como principal atrativo suas manifestações populares, passando um pouco da cultura e da identidade de seu povo para os visitantes de todas as partes do país e do mundo. Mas, até que ponto realmente o que está sendo mostrado é a identidade, a autenticidade de um povo? Após observações de apresentações culturais em vários eventos e locais turísticos, podemos enfatizar que o turismo pode vir a ter um papel fundamental enquanto influenciador da tradição e da cultura popular já que a *“comercialização de eventos da cultura tradicional pode levar à criação de uma pseudocultura, um folclore artificial para o turismo, sem valor cultural algum para a população local nem para os visitantes”* LICKORISH (2000, p. 108).

Nesse sentido, procuramos formular algumas hipóteses que procurassem responder às questões anteriores. Assim, arriscamo-nos a dizer que: Seriam as manifestações culturais influenciadas pelos desejos e motivações da indústria do turismo na grande João Pessoa, já que a participação desses grupos em eventos vem crescendo substancialmente; As apresentações culturais perderam seu caráter de autenticidade e se transformaram em “produtos” especializados para o consumo turístico; Os elementos diferenciais para o turismo em cada região, como a cultura local, estão se uniformizando por meio do processo de globalização, o qual também insere o turismo com seu foco de ação; A cultura como conhecemos está passando por um processo de customização, como ocorre nas grandes empresas internacionais, onde o referido produto (no caso as manifestações culturais) vem adequando-se ao gosto e desejo do turista, por iniciativa das grandes empresas do setor turístico; por fim, há um certo desejo do *trade* turístico em facilitar a

customização da cultura local, seguindo o modelo de outros mercados turísticos de sucesso.

Buscando sempre entendermos como o turismo interfere nas manifestações populares das comunidades investigamos o Côco de Roda de Dona Teca, a Lapinha Jesus de Nazaré de Dona Ero, a Nau Catarineta de Cabedelo (todos estes de Cabedelo), a Ciranda do Sol de Mestre Mané Baixinho, o Boi de Reis de Mestre Piralinho, o Grupo parafolclórico do Sesc Tenente Lucena, a Tribo Indígena Pele Vermelha (João Pessoa), o Côco de Roda de Forte Velho (Santa Rita) e a Tribo Indígena Potiguar (Bayeux).

O campo de estudo compreendeu o estado da Paraíba, especificamente na área que compreende a grande João Pessoa, conurbação deste com os demais municípios de Santa Rita, Bayeux e Cabedelo.

Mais adiante veremos como se originaram os folguedos populares ora pesquisados, bem como cada um deles em particular, o local onde se encontram recentemente e demais informações relevantes como a formação do grupo na comunidade, a indumentária de ambos e demais informações necessárias ao andamento do trabalho.

Em seguida, apresentaremos o turismo sob um leque de particularidades e preceitos, sobretudo em questões que o apontam como o principal agente de transformação das manifestações populares.

Logo mais tentaremos mensurar quais os impactos que a atividade turística gera no campo da cultura local, sejam eles negativos ou positivos, e suas principais implicações.

Por fim, apresentamos os resultados obtidos por meio da pesquisa

empreendida no campo de estudo, suas implicações e conseqüências no tocante ao contanto do turismo com a cultura popular da grande João Pessoa, bem como estabelecemos nossas considerações finais.

O trabalho compreendeu, de acordo com DENCKER (2001), períodos de investigação bibliográfica, observação de eventos turísticos estaduais nas cidades acima citadas, entrevistas com pessoas que coordenam as manifestações e levantamento nos diversos órgãos que fomentam a cultura como IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), IPHAEP (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico do Estado da Paraíba), SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Sesc (Serviço Social do Comércio).

Em relação a análise dos dados obtidos através do questionário, utilizamos o método de *Análise de Conteúdo* proposto por Chizzotti (2001) onde “*a técnica se aplica à análise de textos escritos ou de qualquer comunicação (oral, visual, gestual) reduzida a um texto ou documento*” CHIZZOTTI (2001, p. 98).

Tal técnica tem por objetivo “*compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesto ou latente, as significações explícitas ou ocultas*” CHIZZOTTI (2001, p. 98).

Todo trabalho se baseou em levantamento de caráter etnográfico. Por etnografia entende-se “*ciência que tem por objetivo a descrição dos povos, no que concerne às manifestações materiais da sua atividade, tais como a língua, a religião e os costumes*” FERNANDES (1997, p. 1128).

5.1. Delimitação do problema enfocado

De acordo com o exposto, foi possível formular a problemática que ora pretende-se abordar: Será o turismo o principal agente modificador das tradições populares e culturais apresentadas na cidade de João Pessoa? A demanda turística motivará os grupos populares a abrir mão de parte de suas características natas, em favor de interesses maiores como o de adaptar este novo “produto” à realidade que o turismo necessita?

Através da pesquisa e da observação científica é que será possível se chegar às respostas necessárias para se atuar com sustentabilidade, preservando a cultura local e utilizando a mesma em benefício do turismo.

É lastimável ressaltar que nenhum (**nenhum**, é a palavra) dos órgãos que lidam com a cultura como FUNJOPE, FUNESC E PBTUR tenham um catálogo, cadastro ou documento que descreva quais, onde e como estas manifestações estão dispostas na área que compreende a grande João Pessoa. Se são estes os organismos públicos que mais devem zelar pela cultura e tanto se utilizam dela, é com estranheza que constatamos o completo descaso com a questão da cultura popular na Paraíba.

Não existem dados que apontem quantos e quais grupos existem na capital. Não há meios de se estimar tal dado, tendo em vista que os líderes de cada grupo (do mais ao menos conhecido) residem em lugarejos simples e humildes das cidades constituídas pela grande João Pessoa, em muitos casos até de difícil acesso por parte do pesquisador que deseja estudá-los.

O universo da pesquisa foi formado com base nas entrevistas e nos contatos feitos com os próprios coordenadores dos grupos. Dessa forma, chegou-se a um

total de 10 manifestações culturais, sem que se possa precisar o todo complexo dos folguedos populares da grande João Pessoa.

5.2. Objetivo Geral

Investigar se o turismo provoca transformações nas manifestações culturais populares na grande João Pessoa.

5.3. Objetivos Específicos

- Observar se as manifestações culturais sofreram modificações devido à atividade turística;
- Avaliar se as manifestações culturais encenadas com maior frequência, tais como a Ciranda e o Cavalo Marinho, sofrem maiores modificações;
- Mostrar as transformações ocorridas nas manifestações culturais da grande João Pessoa;
- Promover uma comparação sobre aspectos folclóricos e parafolclóricos da cultura popular;
- Investigar o calendário turístico da região e apontar a inserção dos grupos de cultura popular como atrativo turístico;
- Mapear, identificar e mostrar a origem e formação dos grupos, assim como os períodos de apresentação;
- Identificar elementos de customização da cultura popular pelo turismo.

6. CONTANDO A CULTURA POPULAR

É a cultura popular o mais íntimo dos bens de um povo, nascido em muitos casos da crença em determinados valores que se julgam retos e necessários para a continuidade da vida em comunidade. Em diversos momentos da história da civilização é a cultura heterogênea que particulariza cada comunidade em seu meio, subdivide os valores culturais e históricos e diferencia as gentes de toda parte do globo.

A maioria dos folguedos podem ser classificados em dois ciclos distintos. O Ciclo Junino (caracterizado por ser brincado no mês de junho) e o Ciclo Natalino (brincado no final de ano, até começo do mês de janeiro).

6.1. Definições e representação da cultura popular

A princípio, faz-se essencial definir cada elemento que compõe a cultura de um povo ou nação. SOUZA (2000, p. 49) define cultura como sendo “*a totalidade complexa produzida pelo homem em sua experiência histórica*”. Já o folclore SOUZA (2000, p. 71) afirma ser o “*conjunto das tradições, lendas, costumes e canções de um país*”. É o folclore um elo de ligação com a cultura popular, tornada norma estabelecida pela manutenção das tradições. Ambas definem o mesmo papel de construção da cultura, sendo a cultura popular paulatinamente retomada pela população nos devidos dias em que esta deverá manifestar-se. No que diz respeito à cultura popular e a comunidade, seus estilos e expressão, Bosi (1992) afirma que:

“Nessa complexa gama cultural a instituição existe, isto é, as manifestações são grupais e obedecem a uma série de cânones” BOSI (1992, p. 323).

Devemos considerar que a cultura popular define-se como as manifestações populares das classes dominadas e que são diferentes da cultura dominante, que estão fora das suas instituições e que existem independentemente dessas últimas, segundo Santos (1994).

Em relação às manifestações culturais, podemos considerar que tratam-se de todas aquelas que caracterizam, identificam e representam a cultura de um povo ou nação expressando publicamente os sentimentos ou opiniões coletivas, cada uma com suas determinadas particularidades e princípios, sem qualquer tipo de censura ou proibição moral, exercidas pela liberdade plena de opinião e pensamento. É uma definição muito abrangente, mas, que procura contemplar todas as características que constituem estas manifestações. Bosi ressalta que as manifestações *“são microinstituições, dispersas no espaço nacional, e que guardam boas distâncias da cultura oficial”* BOSI (1992, p. 329).

Assim como afirma Chauí (1996), devemos entender que a cultura tem em seu nascedouro a caracterização de seu povo. É esta mesma cultura feita pelo povo e para o povo. Devemos entender a cultura como sugere Chauí, pois, esta *“não é feita (não é artefato) mas, como as árvores, brota e cresce por si mesma”* CHAUI (1996, p. 18).

Os aspectos que envolvem a gênese da cultura popular estão alicerçados em três pilares essenciais para o entendimento da mesma enquanto projeção dos ideais de sua comunidade. São elas: o primitivismo, o comunitarismo e o purismo.

Ainda segundo Chauí (1996): o primitivismo se baseia na idéia de que a

cultura popular é retomada e preservada em toda sua plenitude pelo próprio povo, sem o qual este último os elementos culturais teriam se perdido no tempo. O comunitarismo afirma ser a criação popular nunca de cunho individual, mas, coletivo e anônimo, pois trata-se da *“manifestação espontânea da natureza e do espírito do povo”* CHAUÍ (1996, p. 19). Por fim, o purismo trata da origem da cultura fundada pelo povo pré-capitalista *“que não foi contaminado pelos hábitos da vida urbana e preservaram os costumes primitivos de sua pureza original”* CHAUÍ (1996, p. 19).

São estes três elementos que promoveram o surgimento, crescimento e expansão da cultura popular como a conhecemos. Foi através disso que muito do que hoje existe está preservado e mantido nas diversas comunidades que detêm as manifestações culturais em seu meio.

Vejamos agora breves considerações sobre todas as manifestações que foram pesquisadas neste trabalho.

6.1.1. Côco de Roda



FOTO 01: Côco de roda
Fonte: NUPPO

O côco de roda é considerado uma dança democrática, por que todos podem participar, sejam apenas simples curiosos e espectadores, sejam pessoas da comunidade ou local onde o côco está sendo brincado.

O ritmo nesta manifestação é marcante, sobretudo pela forma com que a dança é caracterizada, onde seus brincantes reúnem-se formando uma roda que gira da direita para a esquerda com meneios no corpo e uma pisada forte de um dos pés, a qual acompanha a sílaba final de cada verso, este cantado em coro. No centro da roda ficam os coqueiros (brincantes do côco) que trocam umbigadas. O acompanhamento musical é feito por dois zabumbas e dois ganzás.

O vestuário é assim descrito por Fontes (1982): os homens usam calças cinza com camisas estampadas. As mulheres usam vestido franzido, largo (também estampado) de todas as cores. Segue ainda o detalhe do lenço na cabeça, seguindo a mesma estampa do vestido. Pimentel (1978) descreve que tanto pode ser descalço quanto calçado. O mesmo ainda afirma que pode ser com qualquer roupa, até mesmo a mais humilde. França (1991) confirma as informações citadas de igual maneira.

A dança não tem dias fixos para se realizar, de acordo com Fontes (1982) e Pimentel (1978). Pode ocorrer em qualquer data do ano, sendo uma dança característica do período junino. Era dançado em vários lugares, segundo Fontes (1982) e Pimentel (1978), tais como colônia de pescadores, sedes comunitárias e nas residências dos pescadores.

Fontes (1982) compara as batidas do zabumba na “tirada do côco” às pancadas que são dadas na quebra do côco, pois, sendo a mesma “*apanhar e quebrar o côco era aptidão dos negros escravos*” FONTES (1982, p. 180). Seguido do ritmo do quebrar surgiu o canto e depois a dança.

O côco, segundo Pimentel (1978), é constituído de: emboladas (poesia livre, variando o número de versos), quadras (parte do solista e do coro), dois pés (versos fixos), soltos (ausência de rima) e repentistas (total liberdade de improvisação). O côco já foi dançado nos melhores salões da sociedade paraibana, porém, atualmente é dançado no litoral nas comunidades de pescadores.

6.1.2. Lapinha



FOTO 02: Lapinha
Fonte: França (1991)

A Lapa, Lapinha ou Presépio é um simbolismo que representa a Sagrada Família em uma gruta ou manjedoura. Em João Pessoa as lapinhas são apresentadas nos pátios das igrejas ou em locais de grande visitação pública.

Formado por um grupo de garotas, a lapinha apresenta-se na forma de jornadas constituídas de cantos obrigatórios e tradicionais trazidos pelos colonizadores portugueses, conduzindo maracás enfeitados com fitas azuis e encarnadas, cores estas que designam os dois cordões (ou partidos) da lapinha. Basicamente o que diferencia os cordões são as cores, onde o tipo de traje é

caracterizado por ser sempre vestidos na cor branca.

A finalidade da lapinha é de render louvores ao Menino Jesus pelo seu nascimento. O folguedo é marcado pela disputa entre dois cordões da lapinha, onde seus torcedores fazem lances em dinheiro com o objetivo de dar a vitória ao cordão. É constituído de duas alas, cada uma com seu cordão. A Mestra comanda o cordão encarnado e a Contramestra comanda o azul. São seus personagens: Camponesa, Libertina, Linda, Rosa, Lindo Cravo, Borboleta, Diana, Pastorzinho e Ciganas. No decorrer da apresentação verificam-se oferendas, diálogos, cantos e o drama da morte e ressurreição da Mestra.

A lapinha tem início no mês de dezembro. Na última noite da lapinha, que é o dia de Reis (06 de janeiro), as pastorinhas realizam a “queima da lapinha”. Recolhem-se as flores que ornaram o altar e de todos os demais enfeites feitos pelas pastorinhas, que saem cantando e dançando até onde o material é depositado. Daí ocorre a queima, onde as pastoras dançam e cantam enquanto houver fogo, finalizando com a jornada do adeus.

6.1.3. Nau Catarineta



FOTO 03: Nau Catarineta
Fonte: NUPPO

Nau Catarineta, Barca, Fandango ou Marujada são nomes dados a uma mesma manifestação da cultura popular mudando de região para região, a qual chamaremos de Nau Catarineta. É uma dança dramática de origem ibérica, a qual os seus personagens vestem-se de marinheiros. O enredo narra as tormentas em alto mar e os trabalhos a bordo da Nau. Consta o auto de cantos, recitativos, diálogos e “Morte e ressurreição do Gajeiro”. São todos personagens homens, com exceção da Saloia mocinha.

Os personagens são: Mestre, Contramestre, Capitão, 1º e 2º tenente, alferes-almirante, Piloto, Médico, Capelão, Sargento-mar-e-guerra, Saloia, 1º e 2º Guia, 1º e 2º Cabo Artilheiro, Calafate, 1º e 2º Gajeiro, Marinheiros, Ração e Vassoura. Os dois últimos respondem pela parte cômica da manifestação.

Todos os brincantes usam seus trajes baseados nas roupas da marinha do Brasil, a exceção de D. João que usa chapéus de pontas à moda dos cavalheiros seiscentistas e tem maior riqueza de adereços na indumentária. Nas cores predominantes da indumentária da Nau estão o azul-marinho e o branco. A Saloia traja igualmente as cores dos marinheiros, exceto por um vestido a altura do joelho e um quepe na cabeça. Os oficiais usam espada e os marinheiros espadim, o Médico usa bata e o Vigário uma batina e chapéu preto. As roupas mais humildes ficam com Vassoura e Ração.

Os instrumentos são: o bandolim, cavaquinho, violão e pandeiro. Já as músicas variam em valsa, cantochão e marcha. A coreografia desenvolvida não oferece grande variação e tem como principais movimentos o tombo, a voga e a contravoga.

6.1.4. Ciranda



FOTO 04: Ciranda
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

Surgida em 1961 na cidade de Recife, a ciranda constitui-se numa dança em conjunto e de muita comunicação. Forma-se uma roda, todos de mãos dadas, com o movimento ondulante dos braços de baixo para cima, para frente e para trás.

O tempo é marcado com o pé esquerdo que avança para o dentro do círculo, ao qual se junta o pé direito, seguido de um sucessivo avanço e recuo deste passo simples.

A grande roda é formada pelo povo (são homens, mulheres e crianças) que giram da direita para a esquerda sob o comando do Mestre Cirandeiro, cujo refrão é cantado pelos dançarinos. Os instrumentos utilizados são o ganzá e o zabumba. Não há um estilo de traje específico, pois os brincantes dançam com as próprias roupas deles, ficando a cargo do Mestre Cirandeiro toda evolução da ciranda.

6.1.5. Boi de Reis



FOTO 05: Boi de Reis
Fonte: NUPPO

O Boi de Reis é uma manifestação conhecida em diversas partes do Brasil, vez por outra, com nomes diferentes. A idéia original parte da história em que o boi, num entrecho dramático morre e depois ressuscita.

Ligado ao Ciclo Natalino, os personagens dividem-se em três categorias: humanos, animais e fantásticos. Os humanos são: Mestre, Contramestre, Galante e as Damas (meninos fantasiados), além dos personagens cômicos Mateus, Birico e Catirina. Já os animais são: Boi, Cavalinho Marinho, Bode e Urubu. Os fantásticos são: Jaraguá, Guariabá, Mané Gostoso e Margarida.

Não é comum, de acordo com o registros sobre o folguedo, a participação de mulheres no boi, já que os homens é que fazem o papel das mesmas. Com relação a orquestra, esta é composta de bombo, pandeiro, rabeca e reco-reco.

A indumentária é composta de calça, blusas estampadas com golões nas cores encarnado e azul, enfeitados de longas fitas coloridas e espelhos. Os capacetes têm formatos de coroa, recobertos com papel laminado azul e encarnado, seguidos de adornos com espelhos, areia prateada e algumas flores de plástico.

Os figurantes conduzem longas espadas e usam botas que ressoam os sapateados, isto, segundo Fontes (1982).

É constituído de cantos, recitativos e diálogos em prosa, sendo geralmente marcados pelo improviso. Sempre ocorre o peditório, onde os personagens solicitam e seus espectadores uma contribuição para os brincantes. No decorrer de toda evolução da manifestação o último a se apresentar é o boi.

6.1.6. Cavalo Marinho



FOTO 06: Cavalo Marinho
Fonte: CPC – Centro Popular de Cultura

O Cavalo Marinho se constitui numa aglutinação dos reisados, agrupando cantos, loas e parte dos personagens encontrados no Boi de Reis. Um dos elementos encontrados neste folguedo é a dança dos arcos, não encontrado no Boi de Reis. Muitos dos dançarinos eram agricultores e pescadores, segundo Fontes (1982).

Como o passar dos anos o Cavalo Marinho foi enriquecendo em seu aspecto folclórico e ganhando características próprias, diferenciadas do Boi. O folguedo

possui oito partidas de danças, cada uma com seus aspectos particulares. Das danças presentes no Cavalo Marinho merece destaque a dança dos arcos, pela sua beleza de movimento e riqueza na coreografia.

A dança faz parte do Ciclo Natalino, comemorando as festas de fim de ano, especialmente o dia de Reis, que é 6 de janeiro. Nesta ocasião são queimadas as figuras numa fogueira, com o objetivo de se esquecer todos os rancores guardados no ano velho, para que se recomece uma nova vida no ano novo.

Alguns personagens são: o Mestre, o Contramestre, galante (num total de quatro), dama grande e pequena ou pastorinhas, Arlequim, Mateus, Catirina e Birico. Já os fantásticos são: o Cavalo, o Boi, a Burra, a Ema, o Bode, o Jaraguá, a Margarida, a Nêga do doce, o Valentão, Mané Paulo entre muitos outros, formando um total de 65 personagens.

As vestimentas são adornadas com espelhos, fitas e sobre as roupas são usadas golas coloridas. Usam a coroa enfeitada com espelhos na cabeça. A pompa das vestes vai decrescendo de acordo com o menor grau de importância da personagem na dança. O Mateus, o Birico e a Catirina são os trajes mais pobres do folguedo, vestidos com roupas bastante esfarrapadas.

Cabe ao Mestre comandar todas as partidas. É ele quem carrega o cavalo, passando a ser chamado de Capitão dos Cavalos. Os instrumentos mais usados são: a rabeca, o zabumba, o pandeiro, o tamborim e o reco-reco.

6.1.7. Tribos Indígenas



FOTO 07: Tribo Indígena
Fonte: França (1991)

As tribos indígenas são constituídas de descendentes dos índios que habitavam nas terras da Paraíba, organizados em grupos que festejam o carnaval na cidade de João Pessoa, em especial.

Na grande João Pessoa encontramos as tribos de índios Ubirajaras, Papo-amarelo, Tabajaras, Potiguaras, Guanabaras, Asa-branca e Africanos. É conhecido o trabalho dos índios em relação a seus trajes, sobretudo pelo excelente visual que formam os cocares e adereços dos trajes.

Os participantes vestem-se de tangas e blusas de laquê, cujas cores variam de tribo para tribo. No mês de Momo saem às ruas fazendo suas exibições e proporcionando um entrecho dramático, quando encenam um ataque a sua tribo, sendo todos mortos e depois ressuscitados pelo Feiticeiro.

A orquestra é formada por gaita, triângulo e zabumba. Não a presença do

canto e os temas se repetem ao toque da gaita. Costumam participar homens, mulheres e crianças, sendo que as mulheres somente puderam participar a partir de 1977, com a Tribo dos Africanos dando o ponta-pé inicial para a participação feminina.

6.1.8. Grupos parafolclóricos



FOTOS 08 e 09: Grupos parafolclóricos
Fonte: França (1991)

Os grupos parafolclóricos são caracterizados por terem sido criados para atender a um tipo de interesse isolado, que não seja de espontâneo surgimento de uma comunidade local. França (1991) descreve-os como grupos “*que realizam um trabalho de aproveitamento do folclore, procurando sempre preservar as características tradicionais*” FRANÇA (1991, p. 22).

Em sua maioria os grupos podem ser formados por associações esportivas, agremiações, colégios, associações de classe e grupos específicos. A característica marcante desses grupos é que se constituem numa tentativa de parafrasear os grupos tidos como autênticos. Em um único grupo parafolclórico podem estar presentes mais de dez tipos de apresentações de folguedos populares.

Ainda se conta o aspecto de direcionamento desses grupos para atender a

uma agenda de convites e apresentações em diversos eventos, que podem se estender durante grandes ou pequenos períodos de tempo, dependendo da necessidade do evento.

6.2. Danças e folguedos populares

Do universo de manifestações culturais existentes na grande João Pessoa, é necessário dizer que muitas já se prontificaram muitas vezes a atender aos chamados e anseios do turismo, apresentando-se muitas em locais turísticos ou de intenso fluxo de pessoas, seja em épocas distintas, seja fora do calendário ou do tempo social em que cada grupo se apresenta.

De uma forma geral, as manifestações estão espalhadas pelo estado da forma apresentada pelo mapa cultural, mostrando que a Paraíba é detentora de uma diversidade ampla e distribuída por todo o estado.



Gráfico 01 – Mapa Cultural do Estado da Paraíba
Fonte: Atlas Escolar Paraibano (1997)

No entanto, a área onde se realizou o estudo compreendeu a região litorânea, especificamente nos municípios supra citados. São manifestações características da região onde se localizam e com aspectos isolados ou plurais, que pode ser particular ou tomados em grupo, dependendo do caso em que se relacionam.

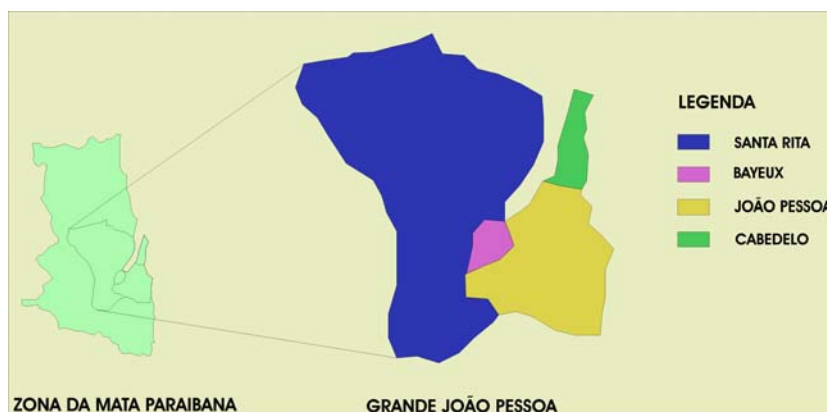


Gráfico 02: Mapa da Grande João Pessoa
Fonte: Pesquisa direta

Muitos dos grupos pesquisados fazem parte do CPC (Centro Popular de Cultura), localizado no bairro dos Novais em João Pessoa. Liderados pelo presidente José Emilson Ribeiro da Silva, o centro aglutina todas as manifestações culturais daquela área e de João Pessoa. Através do CPC é que fica possível contatar os grupos e folgedos e organizar as apresentações culturais de uma forma mais consistente e dinâmica.

Muitas das manifestações presentes no CPC estavam se perdendo e foram resgatadas e valorizadas pelo empenho e apoio dos organizadores daquele centro. As manifestações organizadas por eles costumam se apresentar mensalmente.

A maioria delas segue o calendário cristão, onde para cada tipo de manifestação há uma historicidade específica como, por exemplo, a lapinha que é apresentada no fim do ano e a quadrilha junina, esta mais presente no mês de

junho.

Todas as manifestações se remetem a dois ciclos bem distintos: o ciclo junino e o ciclo natalino. Ambas são de origem pagã dos povos da Europa e Ásia, estes mesmos povos festejavam as divindades protetoras da fertilidade e da colheita. Todas as celebrações estão “ligadas às comemorações cíclicas dos solstícios de verão e inverno e equinócios da primavera e outono, que começaram a ser transportadas para o calendário católico, a partir do século IV d.C.” D’AMORIM (2003, p. 27).

Os folguedos e grupos folclóricos da área pesquisada estão, a seguir, descritos e especificados dentro do contexto histórico de cada um separadamente, mostrando como surgiu cada um e como estão constituídos.

TIPO DE MANIFESTAÇÃO	NOME DO GRUPO	RESPONSÁVEL	ENDEREÇO	CIDADE
CÔCO DE RODA	Côco de roda Mestre Benedito	Dona Teca	R. Luisa Mara da Costa - Monte Castelo	CABEDELO
CÔCO DE RODA	Côco de roda de Forte Velho	Dona Pinta	R. Prof. Antônio Elias - Forte Velho	SANTA RITA
LAPINHA	Lapinha Jesus de Nazaré	Dona Erotilde	R. Severino Laurentino Leite - Monte Castelo	CABEDELO
NAU CATARINETA	Nau Catarineta de Cabedelo	Tadeu Pinto	Av. João Vitaliano - centro	CABEDELO
CIRANDA	Ciranda do Sol de Mané Baixinho	Mestre Mané Baixinho	R. França Leite - Cruz das Armas	JOÃO PESSOA
BOI DE REIS	Boi de Reis de Mestre Piralhinho	Mestre Piralhinho	R. Des. Santos Istanislau - Bairro dos Novais	JOÃO PESSOA
CAVALO MARINHO	Cavalo Marinho Infantil de João do Boi	João do Boi	R. Des. Santos Istanislau - Bairro dos Novais	JOÃO PESSOA
TRIBO INDÍGENA	Tribo Indígena Potiguara	Seu Vavá	R. Manoel Francisco Venâncio - centro	BAYEUX
TRIBO INDÍGENA	Tribo Indígena Pele Vermelha	Dona Inácia	R. Ten. João Batista de Oliveira - Roger	JOÃO PESSOA
PARAFOLCLORE	Grupo Parafolclórico Tenente Lucena	Pedro Cândido	R. Des. Souto Maior - centro	JOÃO PESSOA

Tabela 01 – Dados referentes aos grupos pesquisados
Fonte: pesquisa direta

6.2.1. Côco de roda Mestre Benedito



FOTOS 10 e 11: Dona Teca e Côco de roda Mestre Benedito
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

O côco pode ser definido como uma dança de roda onde fica um casal no centro, revezando-se com os demais, um após o outro. Os dançarinos circulam e pisam forte no solo, batendo palmas ao mesmo tempo em que giram o corpo de um lado para o outro. O casal que está dentro do círculo fica dando voltas completas ao redor de si, encontrando-se em umbigadas (encostando suas barrigas um no outro).

O côco de roda Mestre Benedito começou na cidade de Espírito Santo, e na década de 1950 chegou a Cabedelo. Atualmente é coordenado por Teresinha da Silva Carneiro, conhecida como dona Teca. Mestre Benedito era o pai de dona Teca, falecido a quase 6 anos. Foi com ele que dona Teca aprendeu e dançou por muitos anos o côco de roda. Atualmente dona Teca é aposentada e divide seu tempo organizando trabalhos na igreja da comunidade e apresentando seu côco, seja atendendo a convites, seja em eventos que fazem parte do ciclo normal de apresentações do folguedo.

O grupo é formado por 28 participantes, desses 16 são homens e 19 são mulheres. A prefeitura de Cabedelo fornece um pequeno incentivo financeiro para

que o grupo se organize, especialmente em apresentações na própria cidade onde é disponibilizado som e uma pequena tenda para que o grupo se apresente. O grupo ainda gravou um CD (Compact Disc = Disco Compacto) e participou de pesquisas que originaram a publicação de um livro sobre o côco de roda.

Os ensaios se dão com maior ênfase na semana do folclore todos os anos. Dona Teca informou que anualmente procura mudar seus trajes, já que o grupo de brincantes sempre muda por diversos motivos, considerados naturais como: ocupação em trabalho, viagem, desânimo, etc. Assim, ocorre a entrada de um novo componente, o que estimula a confecção de uma nova indumentária. As roupas são produzidas pela própria dona Teca, a qual se reveza com as pessoas da comunidade e produzem os trajes.

Todos os brincantes são da própria comunidade, sempre em sua maioria compostos de adultos e idosos. A música é típica do côco de roda e a idade dos participantes varia de 03 a 84 anos de idade. Todos brincam sempre descalços, acompanhando o ritmo do côco. A formação étnica do grupo é constituída de brancos e negros, organizados em ensaios orientados por dona Teca.

A duração da brincadeira pode variar de 10 à 30 minutos, dependendo da disposição em que dona Teca estiver, já que é a vocalista do côco e a mesma possuiu mais de 70 anos de idade.

Os instrumentos que compõem o côco são: dois ganzás e o dois zabumbas. D'Amorim (2003) descreve o zabumba como um "*instrumento semelhante a uma barrica de bacalhau com as extremidades vedadas por peles de animais caprinos*" D'AMORIM (2003, p. 112). Ainda pode fazer parte dos instrumentos do côco o bombo, caixas, tambores e pífanos.

Dos locais turísticos que o grupo já se apresentou destacamos o Sebrae (na

ocasião participando de um evento), a PBTUR e o MAP - Mercado de Artesanato Paraibano. Ao receber convite o grupo sempre se apresenta com as mesmas roupas. Elas são confeccionadas para serem usadas durante todo o ano em que o grupo se apresente. O grupo ainda participou de apresentações em praias, festas religiosas, congressos, pontos turísticos (de Cabedelo e João Pessoa) e colégios.

6.2.2. Côco de roda de Forte Velho



FOTO 12: Côco de roda de Forte Velho
Fonte: Rose Gondim

É comum encontrar na Paraíba, segundo Câmara Cascudo *apud* D'Amorim (2003), “roda de homens e mulheres com solistas no centro, cantando e fazendo passos figurados até que se despede com uma umbigada ou vênia ou mesmo simples batida de pé” D'AMORIM (2003, p. 114).

O côco de roda de Forte Velho é formado por 18 pessoas da comunidade. A entrevistada (Maria Pedrosa das Chagas) conhecida como dona Pinta, informou que não sabe precisar quando o côco chegou a Forte Velho, mas, que sua mãe já dançava quando ela era criança. Dona Pinta é dona de casa e faz parte do grupo

como brincante.



FOTOS 13 e 14 : Dona Pinta e dona Marlene
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

O grupo não recebe nenhum incentivo financeiro para se organizar. É o amor pelo côco que mantém o grupo unido e vivo o desejo de brincar para que os mais novos possam conhecer este folguedo.

Não haviam trajes padronizados na brincadeira de Forte Velho. A foto anterior mostra o grupo com a indumentária padronizada, onde a mesma foi presente dado por pessoas ligadas à Ufpb, as quais dona Pinta não lembrava quem eram. Apesar da iniciativa destes últimos, o grupo só se apresentou uma vez com aqueles trajes, na ocasião onde a foto foi tirada. Acredito que o traje padronizado foi cedido pelo NUPPO, para efeito de registro fotográfico do côco de roda de Forte Velho.

O fato que levou o grupo a se apresentar apenas uma vez com o traje padronizado não serviu de tônica para que se continuassem as apresentações com o mesmo. Segundo dona Pinta, a estampa foi o motivo de descontentamento de todos, fazendo com que os novos trajes padronizados seguissem a estampa que está presente na foto de dona Pinta. Foram confeccionadas por uma costureira da comunidade que desenhou o modelo da camiseta e da saia para as mulheres, e da

camisa para os homens, seguindo a referida estampa. Em relação ao tipo de calçados, todos se apresentam com sandálias.

Toda comunidade aprecia e participa do côco de roda de Forte Velho, porém, o grupo é formado por adultos com idade que varia de 40 a 60 anos. O tipo de som do grupo é natural e formado por 1 ganzá e 2 zabumbas e organizado pela comunidade. O contato do grupo é feito pelo líder comunitário local.

A duração do folguedo pode variar de 1 a 3 horas, dependendo do tipo de local e do público que aprecia a manifestação. O grupo ainda é formado por negros e brancos, sendo os ensaios orientados pelo próprio grupo.

Na maior parte das vezes em que se apresentam não são visitados por turistas. Dentre os locais que já se apresentaram fora de Forte Velho estão: Centro Histórico de João Pessoa, Festa da Guia de Lucena e no teatro de Cabedelo.

Dona Marlene Valério Santos Silva, uma das mais antigas integrantes do grupo, diz que os demais participantes sempre gostaram de se apresentar em locais públicos, inclusive locais onde há turistas, pois, estes sempre gostam de entrar na dança e participar do folguedo. Ambas, dona Marlene e dona Pinta, estão organizando o grupo e agora estão pensando em pedir um cachê para as apresentações, coisa que não faziam antes. A carência da comunidade denuncia por que esta prática está sendo tomada. As necessidades são muitas e a falta de reconhecimento é imensa.

6.2.3. Lapinha Jesus de Nazaré de Dona Erotilde

A lapinha Jesus de Nazaré existe em Cabedelo, no bairro Monte Castelo, há quase 26 anos. Sua primeira encenação começou em dezembro de 1978 quando na

época dona Erotilde Rocha de Souza (mais conhecida como dona Ero) reuniu um grupo de amigas para brincarem juntas na Lapinha do Bairro. Conta dona Ero que havia naquela época mais de três lapinhas no mesmo bairro e isto era motivo de orgulho para o povo e de rivalidade entre os grupos, pois, todos os anos a disputa pela lapinha mais bonita era acirrada e os grupos se esforçavam muito para fazer bonito na encenação que era no próprio bairro, nas ruas de Monte Castelo. Com o passar dos anos, as moças perderam o encanto pela lapinha e não achavam mais interessante continuar a brincar o folguedo.



FOTO 15: Dona Erotilde
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

Tal atitude acabou por extinguir duas das lapinhas do bairro, ficando apenas a de dona Ero, que até hoje ensina para as crianças do bairro. Na verdade, ela só conseguiu continuar porque começou a encenar sua lapinha com as crianças, estas que sempre pediam para ela continuar com a brincadeira todos os anos. Na grande maioria, as crianças são aquelas mais carentes do bairro, onde dona Ero e sua filha

organizam-se para trabalhar pela lapinha com o objetivo de manter viva a cultura que ela aprendeu nas ruas de Monte Castelo.

No total são 17 crianças que compõem a lapinha atualmente, das quais 16 mulheres e 1 homem. O único incentivo que o grupo recebe é a estrutura que passou a ser montada todos os anos pela prefeitura, a pedido da comunidade, constituída de tenda e gambiarras com lâmpadas para iluminar a rua e proteger o grupo das chuvas que possam vir a cair na cidade. Os ensaios são sempre espontâneos e coordenados por dona Ero, começando desde agosto, preparando-se para o queima do dia 6 de janeiro, dia de Reis.

Em relação à indumentária da lapinha, dona Ero foi clara ao afirmar que ela mesma fornece todas as roupas para as crianças, somente aquelas que têm mais condição financeira é que bancam suas próprias roupas. Apesar disso, o modelo das roupas de todas é idealizado por dona Ero, que nunca repetiu o mesmo traje desde que começou a brincar sua lapinha. Todas são confeccionadas na própria comunidade. Dona Ero se esforça em mudar os modelos para que a cada ano sua lapinha fique sempre mais bonita. Ela segue sempre as cores fiéis dos cordões (azul e vermelho).

Católica praticante, dona Ero afirma que as crianças estão sempre muito empolgadas em participar e procuram aprender todas as danças e cantos para fazer bonito no dia da encenação. Em média, a idade das crianças varia em torno de 3 a 10 anos de idade, participando todos igualmente na encenação da lapinha.

Dona Ero afirmou que sempre recebe convites para apresentar sua lapinha em muitos locais, até mesmo na cidade de Natal (RN) onde o grupo esteve presente numa igreja que os convidou, para a ocasião, no mês de dezembro. Também já estiveram presentes no SESC e SENAC em João Pessoa e em colégios na cidade

de Cabedelo. Independente do local, a lapinha de dona Ero sempre se apresenta com os mesmos trajes que são confeccionados para o ano. Somente quando chega o mês de dezembro é que o grupo estréia uma nova indumentária. Em média a duração da brincadeira é de uma hora, isto porque após esse período de tempo as crianças mostram-se muito cansadas e já sem forças para continuar.

O instrumento utilizado pelos brincantes é o maracá, também fornecido por dona Ero para a ocasião da encenação. Acompanham ainda 3 tocadores com o grupo quando não estão dançando as letras da lapinha gravadas em um CD. Na sua maioria, as apresentações são todas seguidas por música eletrônica (CD), sendo a presença de tocadores exigida apenas no mês de dezembro e janeiro.

Dona Ero não costuma receber auxílio financeiro nem tão pouco pedir por isso. A única coisa que pede quando vai se apresentar fora da cidade é o transporte e um lanche para as crianças. Sempre que precisa se apresentar fora da cidade, dona Ero procura concertar alguma roupa que estiver precisando, por motivo da boa apresentação que a mesma zela.

Ela se mostrou muito interessada em levar sua lapinha para um ponto turístico, dependendo do local e do convite ela se dispôs a aceitar prontamente, desde aquele que a convide disponibilize o transporte e o lanche dos brincantes. Já faz 2 anos que o grupo costuma receber convites para brincar fora da época própria, que é no mês de dezembro e janeiro. Durante a entrevista, a filha de dona Ero afirmou que a prefeitura de Cabedelo tem um projeto que prevê a apresentação de todos os grupos cabedelenses na Praia do Jacaré (ponto turístico muito conhecido no roteiro da região) onde estes irão se revezar em apresentações uma vez por semana, para que os turistas possam apreciar os folguedos populares em Cabedelo. Entende-se por folguedo como *“as danças folclóricas com partes dramatizadas com*

seus autos, tragédias e brincadeiras” RODRIGUEZ (1997, p. 96).

Indagada se aceitaria mudar seus trajes, sua música e sua coreografia para atender a pedidos de agentes turísticos e pessoas que lidam com o turismo na região da grande João Pessoa, dona Ero foi sincera ao dizer que de maneira nenhuma permite que pessoas digam como ela deve proceder na sua lapinha. “*É uma questão de tradição da minha lapinha neste bairro*” disse ela, ressaltando que todo ano sua lapinha se prepara com uma nova indumentária.

6.2.4. Nau Catarineta de Cabedelo

Também pode ser encontrada como Marujada, Barca, Fandango e Chegança de Marujos, dependendo do local em que está sendo realizada. A Nau Catarineta descreve a trajetória de uma nau que vaga ao mar pelo período de sete anos e um dia, sem que esta consiga chegar à terra firme. Este é um folguedo típico do ciclo natalino e que, segundo D’Amorim (2003), chegava a durar até oito horas. É composta apenas por homens, sendo a tripulação constituída da seguinte forma: Mestre, capitão do mar e guerra, Comandante, Piloto, Gajeiro, Cirurgião-mor (que é o médico da tripulação), Sabóia mocinha (filha do capitão e representada por um homem), vassoura zelador, palhaço, ermitão (padre ou frade), capelão de tripulação, Ração cozinheiro, além dos demais marujos que compõem as duas filas colocadas nas laterais.

Os trajes da nau são nas cores branco e azul marinho, seguindo os modelos da marinha do Brasil, acompanhado de chapéus com penas. A Nau Catarineta

pesquisada foi encontrada na cidade de Cabedelo.

Organizada por Tadeu Pinto, que é agente cultural, é incerto o surgimento da Nau na cidade, baseado no fato de existirem duas versões para tanto, porém em ambas, o nome do folguedo era Barca. Na primeira versão, Tadeu afirma que em 1910 um senhor português, recém chegado de Portugal, começou a brincar para os nativos da região. Aprendendo sobre a Nau, os nativos começaram a brincar todos os anos e isto foi passando de geração a geração. A segunda versão conta que um funcionário da estação ferroviária trouxe junto do trem uma barca e, logo que começou a morar em Cabedelo, também apresentava-se para todos, tendo ensinado o folguedo nas imediações de onde hoje está o município de Cabedelo.

Apesar da incerteza de como surgiu a Nau Catarineta (ou Barca) em Cabedelo, Tadeu afirma que conseguiu resgatar o folguedo aprendendo desde criança com os anciãos da cidade. Hoje, o grupo é composto por 45 pessoas, tendo apenas uma mulher.

O grupo não recebe nenhum incentivo financeiro para organizar a atividade. Os ensaios se dão de acordo com os convites que são feitos para o grupo. Com relação à indumentária, estas são as mesmas desde 1998, data em que o grupo fez sua primeira apresentação oficial. Desde aquela data, nenhuma mudança foi feita nos trajes dos brincantes. Na época em que foram confeccionados, a própria comunidade foi que os produziu, e são da comunidade todos os participantes da Nau, crianças e adultos.



FOTO 16: Nau Catarineta de Cabedelo
Fonte: Bruno D. Muniz de Brito

Os mais atuantes no folguedo são: Capitão, Contra-mestre, Mestre, Ração, Vassoura, 1^o Tenente e D. João VI, sendo que todos os participantes atuam na manifestação, pois, cada um deles tem a sua parte na encenação.

Antes de assumir a coordenação do grupo, Tadeu afirmou que o mesmo estava desativado havia 15 anos. Graças ao trabalho de resgate do folguedo, foi seu Hermes quem ensinou a todas as letras e a coreografia da Nau Catarineta. Tadeu ainda afirmou que na cidade existiam muitas manifestações, como o Pastoril profano, que desapareceu pela falta de vontade das pessoas em brincar o folguedo.

Dos vários convites que já recebeu Tadeu destaca os do SEBRAE (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e de órgãos públicos como FUNJOPE (Fundação Cultural de João Pessoa) como aqueles que mais convidaram o folguedo para se apresentar. Vale salientar aqui que a PBTUR (Empresa Paraibana de Turismo) nunca fez nenhum convite para o grupo se apresentar, porém, já se apresentaram em muitos locais turísticos a convite de outras entidades e líderes comunitários.

Na ocasião das apresentações os brincantes sempre utilizam o mesmo traje, seja em bairros ou locais turísticos. Já se apresentaram em hotéis, congressos, pontos turísticos, festivais, colégios, eventos, festas religiosas, comunidades e periferias. Na maioria das vezes recebem apenas o transporte e um lanche quando vão se apresentar fora de Cabedelo. Sempre que se faz necessário, os trajes são concertados, com o objetivo de dar uma boa apresentação e aparência ao grupo.

O coordenador Tadeu mostrou-se muito interessado em levar a Nau para locais e pontos turísticos, segundo ele como o objetivo de apresentar a cultura do povo para o povo. Ainda sobre a questão dos trajes, Tadeu afirmou que não concordaria em mudá-los pois, o trabalho de resgate que foi desenvolvido possibilitou a recriação dos elementos pontuais na indumentária dos brincantes da Nau e a mudança se configuraria numa perda da originalidade do folguedo. O estilo dos trajes segue um modelo criado com base na marinha brasileira e em suas cores, mas, com certas diferenças, já que é proibido se ter roupas idênticas as da marinha do Brasil.

6.2.5. Ciranda do Sol de Mestre Mané Baixinho



FOTO 17: Mestre Mané Baixinho
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

A Ciranda é um folguedo de origem incerta, tanto no que tange a sua datação quanto ao local onde surgiu. Apesar disso, é possível encontrar certas semelhanças da ciranda com manifestações originadas em Portugal. O nome ciranda é originário do vocábulo *çarand*, que quer dizer enlaçar, tecer uma coisa. A dança pode ser descrita como uma série de passos que enlaçam os participantes, parecendo tecer com os corpos os movimentos circulares.

São característicos deste folguedo os movimentos em círculo indo e vindo, para trás e adiante, como resultantes da repetição dos movimentos das ondas do mar, classificando-a como dança praieira. Os antigos egípcios já a interpretavam executando danças em roda em volta de um altar, onde este simbolizava o sol. D'Amorim (2003) esclarece que a ciranda revela-se bem primitiva pois *“dança-se em círculo, de mãos dadas, sem preocupação com a formação de pares ou divisão de sexo. Dá-se de forma espontânea, sem representar ou honrar nenhuma divindade, nem festejar santo ou marcar data”* D'AMORIM (2003, p. 119).

A Ciranda do Sol atualmente é coordenado por Manoel Pedro das Neves, o mestre mané baixinho como é mais conhecido. Natural da cidade de Serraria, no interior paraibano, mané baixinho participou do grupo formado pelo cirandeiro João grande, com quem aprendeu todas as letras, a tocar o zabumba e as brincadeiras que estão presentes neste folguedo. Desde 1968 mané baixinho vem participando de cirandas por toda João Pessoa. Mestre mané baixinho é vigilante noturno de uma escola no bairro dos Novais.

Tendo falecido João grande, a ciranda passou para as mãos de mestre mané baixinho. Não há um grupo de ciranda formado, mas, quando é convidado para uma apresentação, alguns participantes do grupo do Boi de Reis do bairro dos Novais costumam acompanhá-lo. Todos somados contam cerca de 20 pessoas, sendo 10

homens e 10 mulheres.

Seu mané baixinho não recebe nenhum incentivo financeiro para organizar a ciranda. No entanto, quase todos os meses ele se apresenta por força da organização e do único apoio que recebe do CPC.

Seu grupo usa um tipo de traje padrão, feito na própria comunidade, para as apresentações que são feitas atendendo a convites. Os mesmos não são modificados há muitos anos, sendo necessário apenas a manutenção desses em caso de algum dano ocorrido no mesmo. Toda comunidade do bairro dos Novais participa da brincadeira, formados em sua maioria por adultos.

Antes de se organizar com o CPC a ciranda de mestre mané baixinho apresentava-se nas ruas do bairro, apenas quando era da vontade do mestre ou de pedidos feitos por adultos e crianças da comunidade. Mestre mané baixinho nos conta que havia outra ciranda no bairro, a de mestre mané gagá. Tendo este ido morar em outra cidade do interior, restou a dele para fazer as honras e não deixar que morra o folguedo no bairro dos Novais.

Os instrumentos e seus puxadores localizam-se no centro da roda ou ao lado desta, tocando músicas ao som do acordeon, pandeiro e zabumba, utilizando algumas vezes flauta ou violão. O movimento dos pares se dá para cima e para baixo, ensaiando batidas no chão com os pés marcando o ritmo e impulsionando o grupo, fazendo-o girar.

A Ciranda do Sol já se apresentou atendendo a convites da PBTUR, da Secretaria de Cultura e da FUNJOPE. Na ocasião, os trajes que são usados pelo grupo foram apenas reparados, caso se fizesse necessário algum ajuste. Ainda se apresentaram nas praias de João Pessoa, em hotéis (como o Tropical Hotel Tambaú) em pontos turísticos, festivais de arte e alguns colégios.

O grupo não costuma pedir nenhum tipo de cachê pelas apresentações, apenas nos casos onde são convidados para brincar em locais públicos e de intenso fluxo de turistas solicitam o transporte e um lanche para os brincantes. Mestre mané baixinho afirmou que os turistas costumam dar algum dinheiro no final da apresentação, mas, que ele não pede nada a ninguém. Brinca pelo puro prazer de divertir e entreter as pessoas que o assistem e brincam junto.

Mestre mané baixinho ainda divide o grupo com outro cirandeiro: mestre Inácio de Bayeux. Ambos organizam a ciranda e cantam divertindo os brincantes deste folguedo.

6.2.6. Boi de Reis de Mestre Piralinho



FOTO 18: Boi de Reis
Fonte: CPC

O grupo folclórico Boi de Reis Estrela do Norte, localizado no bairro dos Novais, é organizado por José Vicente, mais conhecido como mestre piralinho. A família de mestre piralinho tem tradição em folguedos populares, estando presente em sua casa o Cavalo Marinho e o Boi de Reis. O Cavalo Marinho vem sendo coordenado pelo pai de mestre piralinho, João do Boi. Ambos os folguedos estão presentes nesta família a mais de 60 anos.

O grupo vem sendo mantido pelo próprio mestre piralinho, o qual está trabalhando como vigia noturno do bairro. A formação do grupo se constitui de 23 pessoas, sendo 21 homens e apenas 02 mulheres. O grupo não recebe nenhum incentivo financeiro para se organizar, apenas o apoio e organização de alguns pequenos eventos desenvolvidos pelo CPC.

Atualmente o mestre piralinho conta que só vem se apresentando de acordo com convites, já que a manutenção dos trajes é muito dispendiosa e arcada por ele. Ocorrendo o convite, o mestre cobra um cachê que proporciona ao grupo a manutenção dos trajes. Foi a própria esposa do mestre piralinho que confeccionou as roupas do grupo.

A comunidade participa da formação do grupo, em sua maioria constituídos por adultos e crianças. Geralmente o grupo recebe convites para se apresentar em colégios, datas comemorativas e nos bairros da capital e região.

Mestre piralinho afirma que prefere se apresentar fora do bairro dos Novais pois, as constantes apresentações que foram feitas pelo grupo os tornou conhecidos e fez com que a comunidade adquirisse uma certa apatia ao ver o folguedo se apresentar. Assim, apresentando-se fora do bairro, os espectadores do Boi de Reis sentem mais interesse e curiosidade em ver a brincadeira e isso estimulo o grupo a se apresentar cada vez melhor.

O grupo já se apresentou em praias de João Pessoa, hotéis, colégios municipais e em cidades como Campina Grande no período junino. Em média, a duração do folguedo é de 40 minutos, variando de acordo com o local ou convite feito ao grupo. São instrumentos do Boi de Reis o pandeiro e o bumbo. Os tipos de calçados cada componente do grupo deve levar, já que as condições financeiras impedem que mestre piralinho disponibilize para todo grupo. O grupo já esta junto a

muitos anos, sendo desnecessário os ensaios, a não ser por motivo da entrada de um novo integrante no grupo.

Geralmente mestre piralinho cobra um cachê que é dividido entre o grupo, o que estimula os mesmos a participar e valoriza, segundo ele, os traços culturais que os mesmos guardam com o Boi de Reis.

Foi possível observar que o folguedo continua da mesma forma como descreveu Fontes (1982): *“Este folguedo está ligado ao ciclo natalino, sendo entretanto, suas exposições, atualmente, levadas a efeito a qualquer época do ano, atendendo a convites de empreendimentos turísticos”* FONTES (1982, p. 167).

6.2.7. Cavalo Marinho Infantil de João do Boi



FOTO 19: Cavalo Marinho de João do Boi
Fonte: CPC

O Cavalo Marinho Infantil é coordenado por mestre João do Boi, pai de mestre piralinho. A coordenação do Cavalo Marinho é feita da mesma forma que o

Boi de Reis, tendo como diferencial entre ambos os princípios e as particularidades de ambos os folguedos.

A história do Cavalo Marinho é citada por D'Amorim (2003) da seguinte forma:

Os personagens Mateus e Bastião que participavam do início ao fim da brincadeira são dois negros amigos, que dividem a mesma mulher, a Catirina, e estão à procura de emprego. Eles são contratados para tomar conta da festa. O espetáculo é costurado ou coordenado pelo Capitão, de quem se origina o nome do folguedo. O nome do capitão é Marinho e ele chega montado em seu cavalo, daí a história da seu prosseguimento até o momento final, quando o boi é dividido entre os participantes numa grande farra. Ao todo são 76 personagens (humanos e animais), representados em 63 atos. (D'AMORIM, 2003, p. 83).

Mestre João do boi afirma que antigamente o cavalo marinho era brincado a noite toda, chegando a participar quase que todos os personagens. Mas, com o tempo, as pessoas pararam de se interessar pela brincadeira e procuravam outras formas de lazer.

Todos os meses acontecem os ensaios programados por mestre João. Somando oito participantes, o cavalo marinho já se apresentou em diversos lugares como pontos turísticos de João Pessoa, eventos, hotéis e ruas dos bairros.

O grupo não recebe incentivo financeiro para se organizar, apenas o mestre João utiliza parte de sua aposentadoria e a ajuda dos pais das crianças para confeccionar os trajes. Igualmente ao Boi de Reis, a esposa do mestre piralinho é quem confecciona as roupas de todos.

No mais, todos os parâmetros utilizados para o Boi de Reis se aplicam ao Cavalo Marinho, já que estão na mesma família e é mestre piralinho quem recebe os convites para que ambas as manifestações culturais se apresentem. É cobrado cachê para apresentações em locais públicos, com exceção nas ruas dos bairros e em escolas públicas de João Pessoa.

6.2.8. Tribo Indígena Potiguara



FOTO 20: Tribo Indígena Potiguara
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

O Grupo de Tradições Populares José de Mira, mais conhecido com Tribo Indígena Potiguara, é localizado na cidade de Bayeux. O grupo formado a mais de 50 anos, atualmente vem sendo coordenado por Edvaldo Paulino da Costa, mais conhecido como seu Vavá.

Na década de 1960 o senhor José de Mira, residente na cidade de Bayeux, comandava o grupo desde sua fundação. Tendo falecido em 1968, os demais coordenadores que o sucederam só apresentavam o grupo vez por outra, quando os participantes pediam muito pela organização da tribo, para que estes se apresentassem no carnaval de João Pessoa.

A partir de 2000 é que seu Vavá tomou a frente o grupo, elaborando um trabalho de resgate da cultura indígena, dos costumes e da indumentária dos índios potiguaras.

Formado por 48 pessoas da própria comunidade, sendo 35 homens e 13 mulheres, o grupo não recebe nenhum incentivo financeiro para se organizar. Foi

seu Vavá quem montou e confeccionou, junto com sua família, todas as peças da indumentária do grupo. Todos os anos a indumentária é mudada com o objetivo de variar em cores e estilo a apresentação da tribo. Estão presentes crianças e adultos na formação do grupo.

A tribo Potiguara atualmente costuma receber muitos convites para se apresentar, sobretudo de instituições como o Sesc, Sebrae e o CPC. Na ocasião, sempre usam os mesmos trajes que foram confeccionados para todo o período do ano em que desfilaram no carnaval tradição de João Pessoa. Além desses locais, já estiveram presentes em festivais de cultura promovidos pelo Governo do Estado e escolas públicas.

Não é de costume do grupo pedir cachê pelas apresentações. Seu Vavá solicita apenas o transporte e o lanche para todo pessoal, ao final das apresentações.

A apresentação da tribo acontece da seguinte forma: Enquanto o grupo entra no local da apresentação, um narrador começa a apresentar toda história que foi vivida por aquela tribo. Feito isso, o narrador apresenta um a um os personagens que estão presentes nos livros de história da Paraíba, tais como Zorobabé, Saí, Antônia e muitos outros índios potiguaras que fazem parte da história paraibana.

A apresentação dura cerca de 30 minutos e sempre que se faz necessário para se apresentar atendendo a algum convite, seu Vavá procura ensaiar com todos. Dessa forma, os ensaios são orientados pelo coordenador do grupo. Todos permanecem descalços durante a apresentação. A faixa etária do grupo varia de 08 à 64 anos. Todos gostam de se apresentar e fazem questão de compor a tribo sempre que lhes for solicitado, explicou seu Vavá.

6.2.9. Tribo Indígena Pele Vermelha

A Tribo Indígena Pele Vermelha teve sua história iniciada em 1971 com seu fundador, Antônio Gajeiro, originalmente no bairro da Torre. Porém, com o falecimento do mesmo, desde 1986 é que Inácia Avelino Freitas (conhecida como Dona Inácia) coordena a tribo indígena.

Tradicionalmente apresentam-se todos os anos do carnaval tradição de João Pessoa. São 95 pessoas da comunidade do bairro do Rangel que compõem o grupo que desfila pelas ruas da cidade. Na maioria das vezes a tribo apresenta-se somente no carnaval tradição.

Recebendo um modesto incentivo financeiro da FUNJOPE no mês de janeiro, dona Inácia afirma que a quantia vem sendo reduzida a cada ano, criando uma situação de desestímulo para a realização do desfile. Há quase dois anos que as despesas do grupo não são pagas apenas pelo montante que é fornecido por aquela fundação. Sempre dona Inácia está retirando de seu próprio bolso para arcar com os custos que são contraídos para a realização do desfile.



FOTO 21: Dona Inácia
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

Os ensaios só são realizados se o grupo chegar a receber um convite para se apresentar em algum local. Da mesma forma com os trajes, renovados apenas para o caso de atender a uma solicitação de apresentação em algum local.

Todos os anos as roupas são mudadas por dona Inácia, com o objetivo de melhora-las e deixa-las mais bonitas e vistosas, sempre dentro das possibilidades que o orçamento lhes permite. É a própria família de dona Inácia que confecciona os trajes utilizados no desfile.

Todos os participantes da tribo são adultos, com idade que varia de 18 à 30 anos. O grupo é formado por índios e seus descendentes diretos e indiretos. As cores predominantes nos trajes são o vermelho e o branco. Dentre os adereços que compõem o traje da tribo destacamos as penas de pavão, de buá (espécie de ave), de faisão, algumas franjas e lantejoulas, além de uma pequena tanga para cada componente da tribo. Todos sempre se apresentam de pés descalços.

Os instrumentos são: Ganzá, triângulo, gaita e zabumba. A duração da apresentação, atendendo a convites, chega a ser de 30 minutos, dependendo do tempo disponibilizado pela entidade ou pessoa que convidou. Quanto aos ensaios, são sempre coordenados por dona Inácia.

Dos convites que a tribo já recebeu para se apresentar destacamos: PBTUR (no Centro Turístico) e da FUNJOPE (no centro histórico de João Pessoa). Os trajes são confeccionados antes do carnaval e são utilizados em apresentações todo o ano. Somente são feitos os novos quando é chegado mais um carnaval. Ainda se apresentaram na praia de Tambaú, em eventos e em alguns pontos turísticos de João Pessoa.

Além de transporte e alimentação, dona Inácia exige um cachê que deve ser dividido entre a tribo, no caso de convite para as apresentações. Ela afirma ainda

que não dispensa o mesmo, tendo em vista que as necessidades da tribo são muitas e que parte de seu povo recebe salários muito baixos. Sendo assim, o cachê serve como um tipo de estímulo, para que as tradições culturais da tribo não se percam e todos possam receber incentivo para continuar brincando as tradições indígenas, segundo afirma dona Inácia.

6.2.10 Grupo parafolclórico do SESC Tenente Lucena



FOTO 22: Grupo parafolclórico do Sesc
Fonte: Bruno Dantas M. Brito

O grupo parafolclórico do SESC completa (em 2004) trinta e quatro anos de existência.

No dia 13 de Setembro de 1970, o Grupo realizou sua primeira apresentação artística no ginásio de esportes do Sesc centro de João Pessoa, data que foi oficializada como a da fundação do Grupo, que teve como primeiro nome de *Grupo de Estudos, Danças e Pesquisas Folclóricas*. Pôr resolução da Presidência do

SESC Nº 016/82, datada de 20 de agosto de 1982, o mesmo passou a ser chamado de *Grupo de Danças Folclóricas do Sesc Tenente Lucena*, nome que lembra o seu ilustre fundador.

O grupo tem sido responsável pôr esta geração de imagens que tem motivado a criação de novos grupos denominados *parafolclóricos*. O termo Parafolclórico foi usado pela primeira vez na Paraíba pelo grupo de danças folclóricas do Sesc, classificação recebida pôr tratar-se de um grupo oficial pertencente a uma instituição privada.

Atualmente o grupo é formado por 60 pessoas, dentre elas 28 são homens e 32 são mulheres. O grupo folclórico tem dado uma expressiva parcela de contribuição ao desenvolvimento do turismo paraibano, desenvolvendo o Projeto FOLK TUR, realizando shows artísticos no Centro de Formação em Turismo e Hotelaria do Sesc em período de altas temporadas. Além de atender aos inúmeros convites para apresentação do seu repertório de danças folclóricas em apoio aos congressos, encontros, seminários e outros eventos sócio-culturais e de lazer que acontecem em João Pessoa e na Paraíba.

Alguns dos trabalhos mais atuais do grupo são: Incentivo a criação de grupos parafolclórico como meio de engajar os jovens na responsabilidade de estudar, preservar e divulgar nossa cultura popular; Participação em filmagens sobre o turismo paraibano; Realização de Receptivos para turistas no Porto de Cabedelo para turistas dos navios transatlânticos como Costa Marine, Funchal e Polares; Para o carnaval carioca de 1999, foi base de pesquisa para confecção das indumentárias, das alas da Escola de Samba Vila Isabel, quando a mesma desfilou homenageando João Pessoa, com o Samba enredo João Pessoa, onde o sol brilha mais cedo, além de diversos outros eventos que marcaram a presença do grupo, a convite de

organizadores e gestores de diversas entidades públicas e privadas.

O tempo de cada apresentação é determinado por quem convida, podendo ser de 10 minutos ou mesmo de 01 hora ou mais. O grupo está preparado para realizar sua apresentação, independente do tempo. É possível mostrar todas as danças do repertório do Grupo no tempo de 30 minutos.

A apresentação do grupo se dá de duas formas distintas: Vista ou participativa.

- **Vista:**

Sem a participação da platéia.

- **Participativa:**

Dependendo da reação e comportamento da platéia, a mesma é envolvida durante a apresentação, haja vista que as pessoas são convidadas a dançarem e assim apreciarem mais diretamente os traços da nossa cultura.

Existem algumas exigências que são pedidas para a apresentação do grupo.

Entre elas destacamos as seguintes:

- Sonorização profissional com cinco microfones e cinco pedestais;
- Transporte para materiais e pessoais do grupo com saída e chegada no Sesc;
- Local para a guarda do material e para troca de roupa/ indumentária de cada coreografia a ser apresentada dentro do show;
- Pagamento de um cachê artístico (a combinar) referente a:
 - Apresentação do Grupo;
 - A apresentação mais o som ou transporte;
 - A apresentação mais o som e o transporte.

Optando pelo terceiro item (apresentação, som e transporte) o interessado não terá nenhum problema dessa ordem, ficando toda responsabilidade a cargo

da direção do Sesc arcar com os custos que forem contraídos. O grupo ainda realiza receptivos no aeroporto Castro Pinto e Porto de Cabedelo e recepção em locais de eventos, com componentes vestidos a rigor com a roupa típica e característica do folgado paraibano que for escolhido na ocasião do convite.

Os trajes são sempre consertados e renovados por causa das inúmeras apresentações que são feitas toda semana. O coordenador do grupo, Pedro Cândido, afirmou que sempre recebe convites para apresentar o grupo em eventos turísticos, o que deixa todo grupo muito satisfeito em participar dos mesmos. Existe uma programação de atividades que são desempenhadas todo mês e que norteia as apresentações do grupo. Independente de haver ou não convites, o grupo sempre apresenta um tipo de folgado nas imediações do Sesc centro.

7. TURISMO – CONCEITOS E COMPLEXIDADE

O turismo surgiu a partir de uma necessidade humana de se desligar da realidade cotidiana e viajar por mundos diferentes, por culturas das mais diversas, seja para satisfazer um sonho de conhecer uma localidade distante, seja para contemplar uma nova perspectiva de vida, em busca de relaxamento, aventura, prazer ou revitalização das forças e da saúde física e espiritual.

Tudo isso foi proporcionado graças ao aumento do tempo livre obtido pela sociedade pós-industrial. O fim da Segunda Guerra Mundial permitiu que muitos países capitalistas se estabilizassem e começassem a garantir para seus cidadãos períodos maiores de desfrute tanto de lazer como de recreação, ou ainda qualquer atividade que fosse de sua escolha. As conquistas oriundas das classes trabalhadoras proporcionaram essa vitória, notadamente obtendo também melhorias salariais significativas e que pudessem justificar o usufruto do tempo livre. Todo o universo de conquistas sociais que propiciassem o crescimento do turismo foi sendo obtido, como afirma Trigo (2000):

A semana de seis dias, as oito horas de trabalho diárias, as férias remuneradas, os seguros sociais, a democratização do ensino público gratuito foram alguns dos pontos que possibilitaram que cada vez mais pessoas no século XX tivessem acesso à diversão e ao turismo. (TRIGO, 2000, p. 15).

Os motivos pelos quais se empreende uma viagem podem ser os mais diversos possíveis. Daí é que a atividade abriu um leque de oportunidades e de segmentações, responsáveis por atender a diversas demandas que foram se gerando sobre o setor no decorrer dos tempos.

A atividade turística cresceu substancialmente no período compreendido como pós-industrial, logo após a Segunda Guerra Mundial. Trigo (2000) afirma que o *boom* do turismo se deu no final do século XX, sendo que “*é importante deixar evidente que o crescimento do lazer e do turismo acontece mais intensamente após as décadas de 1970 e 1980, ou seja, em plena era pós-industrial*” TRIGO (2000, p. 13).

Tendo em vista este crescimento, faz-se importante agora conceituar tal atividade que na medida em que promete tantas melhorias e benesses econômicas, também gera impactos dos mais graves e diversos nunca vistos, sejam eles econômicos, ambientais ou sócio-culturais. Jafar Jafari in Ignarra (1999) definiu o turismo enquanto ciência como

“o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sócio-cultural da área receptora” (IGNARRA, 1999, p. 24).

O nível de abrangência da atividade é tão grande que diversos conceitos foram criados na tentativa de melhor definir a vertente em que o turismo está ligado. Como o crescimento exponencial da segmentação, cada ramo do turismo foi responsável por uma definição diferente.

Assim, partiremos para o conceito mais apropriado, especializando-se na medida em que se fizer necessário. Souza (2000) define turismo como:

“um fenômeno caracterizado pelo deslocamento temporário de pessoas de seu local de domicílio (núcleo emissor) para uma determinada localidade (núcleo receptor), com a permanência mínima de 24 horas e a utilização de serviços e equipamentos turísticos” (SOUZA, 2000, p. 142).

Considerando que a segmentação do turismo se deu de maneira plural e maciça, a atividade turística desdobrou-se em diversos outros conceitos que se

fizeram necessários para melhor caracterizar todas as vertentes que o setor assumiu. Turismo de eventos, gastronômico, espeleológico, de aventura, da melhor idade e científico, entre muitos outros, são algumas das desinências que compõem e se subdivide o turismo.

Sob essa perspectiva, Trigo (2000) afirma que por força do enorme crescimento do turismo na sociedade, a atividade atingiu dimensões imensas, tornando-se acessível a diversas classes sociais. Segundo o autor, é a partir de 1950 que *“surge o que pode ser determinado de turismo de massa acessível às classes médias dos países desenvolvidos”* TRIGO (2000, p. 15).

Por turismo de massa Souza (2000) esclarece-o definindo como aquele *“representado pela classe média com relativo equilíbrio econômico, que hoje representa o maior movimento de pessoas e de dinheiro em todo o mundo”* SOUZA (2000, p. 145).

É a partir daí que, de acordo com Trigo (2000), *“a cultura e o lazer de massa começaram a ser acessíveis já na primeira metade do século XX”* TRIGO (2000, p. 15).

Neste ínterim é que o consumo da cultura pela atividade turística teve principio. Dessa relação entre o turismo e a cultura nasceu um novo segmento turístico. Caracterizando o trabalho, toma-se a conceituação específica deste segmento responsável pelo despertar do interesse na apresentação das tradições populares que se fazem presentes em uma determinada localidade.

Assim, surgiu o turismo cultural como forma de explorar a atividade, sugerindo para os visitantes a contemplação de elementos da cultura de um determinado destino turístico, consoante com os benefícios e contatos culturais que a ocasião poderia proporcionar.

Dessa forma, podemos conceituar o turismo cultural com as palavras de Souza (2000), que afirma ser a atividade um

Tipo de turismo que não se compõe só de visitas a museus, lugares históricos, feiras de artesanato ou espetáculos determinados. Põe em relevo também formas especiais da relação entre o visitante e o visitado (SOUZA, 2000, p. 143).

Por destino turístico devemos entender tratar-se da

Localização de um grupo de atrações, instalações e serviços turísticos relacionados, que um turista ou grupos de excursão decidem visitar ou os fornecedores decidem promover (SOUZA, 2000, p. 55).

Ainda de acordo com Souza (2000), os benefícios gerados por esta troca de convivência justificam qualquer empreendimento dessa natureza. Segundo o autor, *“melhora a auto-estima da comunidade visitada e fornece oportunidade para um melhor entendimento da cultura alheia”* SOUZA (2000, p. 143).

Tratando estes como pontos positivos e que elegem a atividade lícita e válida, no sentido de utilização turística, o patrimônio cultural constitui-se como um diferencial para o turismo em qualquer localidade do mundo. Entende-se por patrimônio cultural *“a soma de toda produção humana, material ou imaterial e/ou ideacional”* SOUZA (2000, p. 111). Diversos elementos constituem o patrimônio cultural, entre eles destacamos o arquitetônico, documental, etnológico, histórico e popular, sendo este último constituído de folclore artesanato e arte popular, entre outros.

Dentro da gama de possibilidades que são trabalhadas pelo turismo (no que tange ao patrimônio), é o patrimônio popular que mais repercute nas viagens e nas destinações turísticas trabalhadas pelo mercado. Por patrimônio popular define-se *“a expressão de um povo como folclore, as lendas, a dança, a medicina alternativa, a*

gastronomia, o modo de vida, o fazer, o usar e o transmitir conhecimento aprendido por seus ancestrais” SOUZA (2000, p. 113).

Tratamos de chegar na maior questão que envolve o produto turístico que é explorado em cada localidade onde a atividade se processa. Por produto turístico devemos entender se tratar do *“composto de bens e serviços diversificados e essencialmente relacionados entre si, tanto em razão de sua integração com vistas ao atendimento da demanda quanto pelo fato de unir os setores primário, secundário e terciário de produção”* SOUZA (2000, p. 118). Os planejamentos e projetos que tratam do turismo e de sua estruturação sempre procuram os atributos diferenciais de cada localidade para se trabalhar na exploração dos recursos turísticos. Entre os diversos componentes de consumo turístico é o patrimônio popular um dos mais solicitados e apresentados pelas destinações, pois, são eles que tratam de diferenciar uma determinada região de outra, atrelados às suas culturas locais e próprias.

A esse respeito podemos apresentar o caso de empresas áreas, tais como a VASP (Viação São Paulo), que procuram estimular o turismo interno, e conseqüentemente a venda de passagens áreas, apresentando a cultura popular das destinações turísticas como um grande atrativo nas viagens, sinônimo de riqueza cultural e garantia de um passeio inesquecível.

Em muitos casos, onde a estruturação do turismo em uma determinada destinação é empreendida, a atividade pode contribuir não para a valorização, o resgate e a manutenção das tradições populares, e sim para o rompimento de aspectos histórico-culturais, da tradicionalidade e da cultura popular. A cisão é dada quando os valores resguardados na cultura e nos costumes são perdidos e ocorre uma padronização e transformação dos elementos folclóricos em meros produtos

atrativos de consumo turístico, pois, “*é relativamente fácil inventar a história e transformar as tradições culturais em um produto de mercado, sem o devido cuidado por rigor, honestidade e precisão factual*” THEOBALD (2002, p. 427).

Ainda a esse respeito Ruschmann (1997) também classifica esta atitude como “vulgarização” dos costumes e das tradições populares para os turistas. Diz ela que: “*a fim de atender a essas expectativas, as cerimônias tradicionais, os festivais e os costumes são apresentados como show especialmente preparado para atender à curiosidade e ao interesse dos visitantes*” RUSCHMANN (1997, p. 53). Assim como Cooper (2002), Ruschmann (1997) também classifica como “mercadização” da cultura popular a apresentação destes grupos para atender ao fluxo formado pelo movimento dos turistas em um destino.

7.1. Massificação cultural promovida pelo Turismo

A massificação da cultura local pode ser vista mais precisamente quando se busca analisar alguns eventos de repercussão turística na grande João Pessoa. A título de exemplo, podemos ilustrar isso com base em dois eventos singulares na aparência, mas, bem diferentes na essência. São eles: *Semana da Consciência Turística* (promovido pela ABIH/JP) e *Venha Viver a Paraíba* (promovido pela PBTUR). O primeiro foi realizado do dia 08 a 14 de julho de 2001 no Manaíra Shopping e nas praias urbanas de Tambaú e Manaíra; o segundo realizou-se durante todo o mês de janeiro e fevereiro de 2004, funcionando com os shows apenas nos finais de semana, ao lado da sede da PBTUR, com apresentações culturais e musicais.

São singulares na aparência pois trataram de mostrar a cultura e os costumes paraibanos típicos, tanto para turistas quanto para moradores da cidade. Porém, são diferentes na essência por que o primeiro tinha por objetivo valorizar a cultura paraibana para todos os paraibanos e demais turistas em visita, enquanto que o segundo foi programado exclusivamente para ser apresentado aos turistas que estavam em férias na cidade. Na ocasião, os dois eventos levaram grupos folclóricos típicos do Estado, o que já se configura como um agente causador da descaracterização cultural. Isto se afirma quando foi possível constatar que ambos os eventos convidaram os grupos para se apresentar, em primeiro lugar, fora do seu período habitual de encenação (mas que atendeu ao calendário turístico) e fora da sua comunidade de origem. Todos os grupos se apresentaram em locais tipicamente turísticos e de marcada presença da população de maior poder aquisitivo. Dentre as manifestações apresentadas nos eventos destacamos: O Boi de Reis do Mestre Piralinho na *Semana da Consciência Turística* e o Grupo Folclórico do SESC no *Venha Viver a Paraíba*. É neste tipo de atitude dos agentes turísticos que se principia a descaracterização da cultura popular, onde se colabora para a perda da tradicionalidade e dos valores culturais de determinados atores do folclore local.

Se o turismo contribui para a perda da tradicionalidade, ocorre o que Arantes (1990) classifica como “*a massificação e conseqüente globalização da cultura popular*” ARANTES (1990, p. 41). Em algumas circunstâncias o que vemos são “*membros de minorias culturais [...] estimulados a amoldar sua cultura à cultura dominante*” SWARBROOKE (2001, p. 39).

A transformação de manifestações populares para atender a demanda que é gerada pelo turismo ocorre a partir do momento em que são criadas condições de

substituição de certos princípios natos da manifestação por outros mais direcionados e adequados ao turismo. A mudança no figurino, na cor das roupas, no ritmo das danças, da letra das músicas e tudo mais pode ser adaptado, visando dar ao turista uma melhor conformação visual enquanto assiste ao “espetáculo”, como bem cita Swarbrooke ao afirmar que as “*danças tradicionais podem ser abreviadas para se adequar às programações de grupos de turistas*” SWARBROOKE (2001, p. 43). A manifestação perde seu caráter cultural e passa a ser um produto, vendido em diversas partes do país e do mundo por meio das promoções turísticas nacionais e internacionais.

De todas as manifestações pesquisadas pôde-se concluir, a esse respeito, que todas foram unânimes em afirmar que ao se apresentar em locais turísticos, atendendo a convites de empresas públicas e privadas, o tempo da “apresentação” foi delimitado previamente pelo agente promotor do evento. Em média, os grupos levaram de 15 a 30 minutos para se apresentar. Em muitos eventos este é o tempo médio para se fazer uma pequena pausa nas atividades que estão sendo desempenhadas na ocasião do evento, onde muitos promotores preferem chamar de *Coffee Break* (parada para o cafezinho). São os grupos típicos dos *intervalos culturais*, apresentando-se rapidamente para o simples entretenimento dos participantes de determinado evento, que só apreciam a cultura em intervalos específicos e pré-determinados, sem se importar (na maioria das vezes) com o contexto social ou cultural deste ou daquele grupo. São estes grupos que mais sofrem a ação de adequação ao turismo, pois, tornam-se uma espécie de oferta diferencial para os eventos e o próprio fenômeno turístico.

Este aspecto está muito bem descrito por Pellegrini Filho (1993) quando o

mesmo afirma que “*o desenvolvimento do turismo, no Brasil, fez sentir que muitas manifestações do folclore ou cultura popular podem integrar-se ao elenco de ofertas diferenciais*” PELLEGRINI FILHO (1993, p. 123-4). Bosi atesta que

A cultura de massa aproveita-se dos aspectos diferentes da vida popular e os explora sob a categoria de reportagem popularesca e de turismo. O vampirismo é assim duplo e crescente: destrói-se por dentro o tempo próprio da cultura popular e exhibe-se [...] o que restou desse tempo, no artesanato, nas festas, nos ritos (BOSI, 1992, p. 328).

Em muitos casos podemos notar a criação de um paradoxo cultural entre as conotações ensejadas pela cultura dos viajantes e da comunidade receptora. Na verdade, se expressa um abismo cultural entre estes dois atores sociais envolvidos pelo turismo, mas que por força dos interesses empresariais tal segregação procura ser anulada pela aproximação entre o turista e o ator social, de uma forma que ambos possam interagir no ambiente onde estão alocados. Na medida em que vão se aproximando (as culturas do visitante e da comunidade local) vai se criando um distanciamento entre os valores culturais natos e se encerra a pasteurização da ideologia nativa. Bosi (2002) ilustra bem essa tendência quando diz que “*o distanciamento começa quando o turismo toma conta dessas práticas: a festa exibida, mas não partilhada, torna-se espetáculo*” BOSI (2002, p. 11).

O que se percebe com isso é a tendência natural que o turismo tem em influenciar na deflagração de um novo elemento cultural. A autenticidade pode ser alocada em segundo plano e os atributos que configuram um produto turístico são postos a frente, notadamente em comunidades carentes, onde a presença do turismo é essencial promotora de desenvolvimento econômico e que facilmente parte da cultura pode ser relegada em segundo plano, onde a frente viria a

promessa de geração de renda para a comunidade. A inserção do agente social popular na economia traz indícios de que a cultura popular e o folclore podem ser perdidos pelos interesses que permeiam as necessidades dos empreendimentos turísticos, seja para melhorar a apresentação social de seus atores, seja na tentativa de manter a manifestação a qualquer custo.

Nesse sentido, Cooper (2001) levanta três aspectos marcantes na interface criada entre o turismo e a cultura. São eles: a mercantilização, a autenticidade encenada e as experiências turísticas exóticas COOPER (2001, p. 211). No aspecto da mercantilização sugere-se que a crescente demanda pelo turismo incorre numa mutação e, em certos casos, à destruição do significado das performances culturais. Sobre isto, Cooper (2001) acrescenta que *“artesanato, cerimônias e rituais são muitas vezes levados a uma postura de exploração, reduzidos, tornados mais coloridos, mais dramáticos e mais espetaculares para capturar a atenção e a imaginação de uma audiência”* COOPER (2001, p. 211). Também a esse respeito observa-se uma supervalorização de eventos turísticos, seguindo uma *“tendência de privilegiar o evento em lugar da cultura, o entretenimento em lugar da arte e, o que é mais grave, institucionalizar a mercantilização da produção, que transforma arte em produto”* MELO NETO (2002, p. 55).

Já a autenticidade encenada caracteriza-se por “pseudo-eventos”, apresentados para satisfazer as necessidades dos turistas por experiências novas, mas, que detém em seu íntimo uma situação simulada, fora da realidade cultural. Destaca Cooper (2001) que as destinações *“estão utilizando sua herança cultural como um dispositivo promocional para atrair números cada vez maiores de turistas”* COOPER (2001, p. 211). Em certos casos, o simples deslocamento das

manifestações de seu lugar de origem para um ponto turístico pode significar a ocorrência da autenticidade encenada.

Por fim, as experiências turísticas exóticas definem-se como uma aparente inabilidade de desfrutar de experiências culturais significativas, sem que seja necessário viajar para ambientes diferentes. Coriolano (1998) acrescenta que “*a cultura de grupos externos apresenta-se com a capacidade de interferir na cultura local*” CORIOLANO (1998, p. 50). Gerando diversos choques culturais, a autora afirma que “*esses conflitos tornam-se forças motrizes criadoras de novas formas culturais*” CORIOLANO (1998, p. 50).

A questão que envolve o turismo como agente explorador da cultura popular em diversas situações gera conflito com a própria autenticidade da manifestação. Vários autores mencionam este dilema como inerente ao mecanismo de ação do turismo.

Theobald (2002) afirma que

A questão da autenticidade encenada é importante quando o anfitrião consegue convencer os turistas do caráter autêntico de festivais e atividades da *região de fachada* do destino (áreas públicas tais como saguões de hotéis e restaurantes); esse disfarce protege a verdadeira *região dos fundos* (as casas dos residentes e as áreas onde acontece a vida real). Um dos problemas do *turismo alternativo* é que os turistas são incentivados a penetrar nessa região dos fundos (THEOBALD, 2002, p. 93).

Getz também acrescenta que o turismo pode destruir a autenticidade cultural, pois, parece esta se tratar do “*principal objetivo que os turistas atuais parecem buscar*” GETZ (2002, p. 423), sendo o mesmo da opinião que “*a autenticidade é característica do que é genuíno, inalterado ou verdadeiro*” GETZ (2002, p. 425).

Também fica claro que “*um fato sempre citado é que os turistas raramente*

têm acesso a experiências culturais autênticas, em razão da comercialização da cultura nos pontos turísticos” GETZ (2002, p. 426). Essa comercialização é que foi responsável pela construção do termo *autenticidade encenada*, que “*foi cunhado para descrever eventos criados com a intenção de confundir o turista*” GETZ (2002, p. 426). Até mesmo, em situações isoladas, os habitantes locais podem chegar a construir uma autenticidade, unicamente com a intenção de “*inventar uma autenticidade nova e refinada*” GETZ (2002, p. 427).

Araújo (2001) acrescenta que a questão da *autenticidade encenada* ressurge em diversas frentes, onde “*o turista não se satisfaz com um conhecimento de fachada, superficial, pois também quer penetrar nos bastidores dos lugares por onde anda*” ARAÚJO (2001, p. 60). Assim, pode-se qualificar o ambiente turístico como sendo um espaço de encenação cultural.

Concernente a esta tendência Cooper (2001) acrescenta que é cada vez maior o número de turistas interessados em “consumir” a cultura de destinos turísticos, em busca das diferenças tanto étnicas quanto culturais, com vistas a apreciação da autenticidade cultural. Por esse motivo, “*estão utilizando sua herança cultural como um dispositivo promocional para atrair números cada vez maiores de turistas*” COOPER (2001, p. 211).

Sob esta perspectiva, acredita-se que a autenticidade encenada é uma forma de preservar a riqueza cultural, apresentando uma pequena “performance” de parte do patrimônio cultural da localidade. De acordo com o gráfico 01 extraído de Cooper (2001), esta situação fica bem explícita.

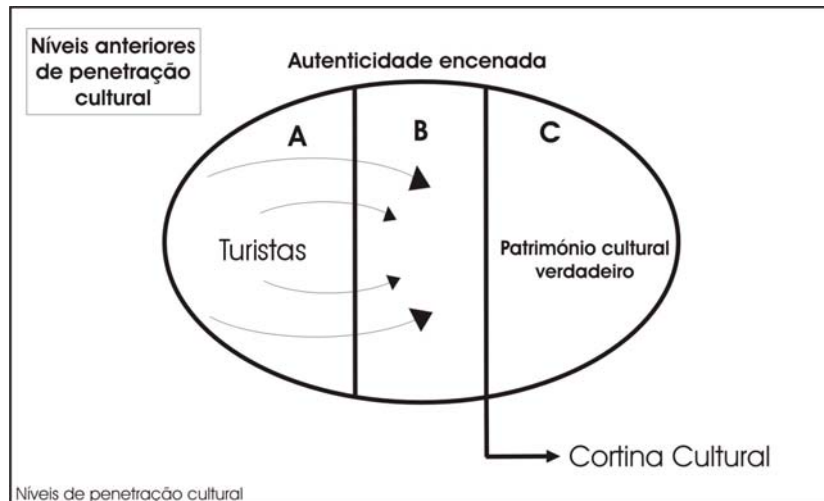


Gráfico 03 – Níveis de penetração cultural
 Fonte: Cooper (2001, p. 235)

No nível **A** estão localizados os turistas, expectadores e admiradores da cultural local. A partir deste nível é que começa a ocorrer a utilização da cultura local enquanto produto de consumo turístico. No nível **B** está situada a autenticidade encenada para o turismo, onde o contato entre turistas e cultura é feito e, aos primeiros é apresentada a herança cultural dos últimos. Por fim, no nível **C** está situado o patrimônio cultural verdadeiro, onde todos os elementos da cultura local são preservados, protegidos ainda pela cortina cultural virtual entre o nível **B** e o **C**.

Mas, estas implicações incorrem em muitos riscos, pois, o fato de não delimitar onde uma termina e a outra começa compromete gradualmente o patrimônio. Cooper (2001) atesta que *“o próprio ato de encenar a autenticidade da cultura poderá confundir as verdadeiras barreiras da herança local e, ao fazê-lo, distorcer a herança [...] mantida por detrás da cortina”* COOPER (2001, p. 212).

O que se merece salientar com estas observações é que o turista não só induz o agente cultural a se transformar, mas, o mesmo é levado a tanto pelo fomento de empreendimentos turísticos. A facilidade com que determinados agentes que lidam com o turismo têm em “adequar” uma manifestação cultural como um

produto é um dos motivos pelos quais estes três aspectos coexistem. A ação não isolada, mas, sinérgica entre o turista e seu agente de viagens pode se configurar como condição plural de influência sociocultural.

7.2. Autenticidade x Simulação Cultural

De acordo com Barreto (1995) os turistas acreditam que muitas manifestações que vêem “*não são autênticas, pertencendo à cultura do simulacro*” BARRETO (1995, p. 127). Usou-se essa referência com base na explosão do fenômeno turístico nos anos 70, quando diversos pacotes eram agenciados e todas as atividades empreendidas durante a viagem eram rigorosamente determinadas pelos horários. Isto nos leva a crer que o turismo age como um mecanismo de modificação do folclore local. Caso semelhante é encontrado (a exemplo) no Havaí, onde Carlos (2001) atesta como a influência dos pacotes e dos agenciamentos turísticos mecanizou a produção do turismo na região e todo o ritual encontrado na ilha obedece a um cronograma rígido e bem específico, onde cada apresentação acontece em seu devido lugar pré-estabelecido, no devido horário programado.

Pode-se considerar que “*o ser humano é basicamente criativo e recriador*” BRANDÃO (1982, p. 39), e o mesmo modifica aquilo que um dia aprendeu a fazer. Brandão (1982) ainda afirma que:

Um ritual praticado num contexto camponês pode ser modificado substancialmente quando os seus praticantes migram para a periferia da cidade e saem do trabalho com a terra para um trabalho operário (BRANDÃO, 1982, pg. 40).

O que podemos inferir com isso é que a mudança de contexto que é focado nas manifestações culturais pode levar a uma descaracterização e conseqüente transformação desta manifestação. Uma das características mais críticas do folclore, ainda segundo Brandão, é a tradicionalidade.

Em diversos aspectos, o que mais se observa nas representações culturais é uma situação tendenciosa de hegemonia cultural. De um lado a cultura popular encenada pela comunidade que lhe abriga e é natural; do outro lado os anseios e expectativas do turista que procura nas manifestações e na cultura local a hospitalidade da comunidade receptora, na medida em que esta esteja pronta a lhe atender da melhor forma possível.

Acaba assim por sugerir o que Chauí (1996) nomeia de contra-hegemonia. A mesma afirma que *“para além da cultura ilustrada dominante, existiria uma outra cultura “autêntica”, sem contaminação e sem contato com a cultura oficial e suscetível de ser resgatada”* CHAUI (1996, p. 23). Seria esta uma tentativa de envolver a cultura popular num invólucro impenetrável, capaz de resguardar seus atributos longe dos interesses tendenciosos de um novo conformismo cultural, adequado aos apelos e anseios possivelmente despertados para atender a uma demanda diferenciada.

Em muitos aspectos podemos considerar que a cultura popular pode e é dominada pelo modelo de cultura hegemônica ou dominante, no sentido de reproduzir para a sociedade os anseios e desejos das classes mais abastadas. Chauí (1996) ilustra bem esta colocação quando afirma que a manifestação cultural pode ser realizada no *“interior de uma sociedade que é a mesma para todos, mas dotada de sentidos e finalidades diferentes para cada uma das classes sociais”*

CHAUÍ (1996, p. 24).

Muito do que entendemos como cultura popular vem sofrendo diversas intervenções significativas, haja visto que a evolução social e política da humanidade se fez notar e necessitou de novos aparatos ideológicos que proporcionassem às comunidades mecanismos de lazer e diversão em grande escala. Eis que surge o ideal da cultura de massa, que passa a ser o principal mecanismo de controle e coordenação ideológico social, já que *“a cultura de massa esta baseada na produção e no consumo padronizado e, independentemente de seus conteúdos, não goza de autonomia e de organização por parte dos sujeitos envolvidos”* WERNECK (2001, p. 48).

Podemos seguramente afirmar que *“diferentemente da cultura popular, a cultura de massa não tem raízes na vivência cotidiana dos homens, e é extremamente associada ao consumo”* WERNECK (2001, p. 49).

A cultura de massa também pode ser entendida como indústria cultural, pois, denota do sentido de que a produção cultural deve assumir escala industrial para atender aos novos mercados consumidores que foram formados na pós-industrialização, como atesta Adorno (1978): *“A indústria cultural distingue-se, radicalmente, da arte popular, pois a grande meta da primeira é fornecer produtos adaptados ao consumo das massas”* ADORNO (1978, p. 290).

7.3. O Turista: principal elemento de transformação cultural.

Consoante ao pós II Guerra Mundial estão atrelados o fim da Guerra Fria, a

hegemonia norte americana de mercado e o surgimento de uma nova contingência mundial de comércio e de integração socioeconômica: a globalização. Seja de mercado, seja de culturas a globalização cresceu e disseminou-se largamente em todo o mundo. Os mercados interagem em tempo real, as culturas mais longínquas tornaram-se acessíveis aos olhos e aos dedos por meio dos teclados dos microcomputadores, a nova linguagem universal é a concebida por meio da informática e das telecomunicações instantâneas. Trigo (2000) afirma que

O desenvolvimento e a disseminação das novas tecnologias, a globalização dos mercados internacionais e a abertura de novas áreas ao turismo [...] foram alavancando o crescimento do turismo em grande parte do planeta (TRIGO, 2000, p. 21).

Das diversas tendências que se pode ver nesse sentido, a globalização traz em seu cerne uma em especial, constituída pela padronização dos mercados e dos elementos culturais essenciais, isso porque iniciou-se um movimento que levará o mundo a se tornar uma imensa aldeia global, uma terra sem fronteiras. Salienta Trigo (2000) que

Talvez como reação à globalização e à padronização, há um crescente reconhecimento do valor da diversidade cultural [...], um desejo consciente de manter e divulgar as características únicas e especiais de grupos étnicos e sociedades receptivas (TRIGO, 2000, p. 23).

A diversidade cultural na América Latina é imensa e seu potencial conjuntural está sendo largamente explorado através do setor turístico. É importante destacar que *“a internacionalização do turismo significa que não podemos explicar os padrões turísticos em qualquer sociedade, sem analisar o que ocorre em outros países”* URRY (2001, p. 73). Pelo fato de se ter aspectos diferenciais no produto turístico

Brasil, o turismo procura explorar as manifestações da cultura popular como um atrativo para o turista, seja ele nacional ou estrangeiro. Segundo a teoria de Plog, os segmentos turísticos podem ser estratificados seguindo uma tipologia formulada para entender que tipo de turista visita determinadas localidades e não outras. Os resultados dessa estratificação demonstram que o tipo de turista que visita locais com relevantes aspectos culturais é o aloccêntrico. Esta definição qualifica o turista do tipo aloccêntrico como aquele interessado *“em diferenças culturais e ambientais de seu meio normal, pertencendo ao grupo de renda mais alta, são aventureiros e requerem muito pouco em termos de estrutura turística”* COOPER (2002, p. 205). Quando o destino turístico passa a receber grande fluxo de turistas, a categoria dos aloccêntricos partem para descobrir novos roteiros em outros locais e, com isso, deixam margem para um novo segmento de turistas visitarem os locais já descobertos pelos aloccêntricos: São os mesocêntricos. Este segmento destaca-se pelo grande número de turistas que passam a visitar o destino que antes era apenas conhecido dos aloccêntricos. O segmento mesocêntrico também é conhecido como o turismo de massa, caracterizado pelo grande número de visitantes, como destaca o gráfico 04.

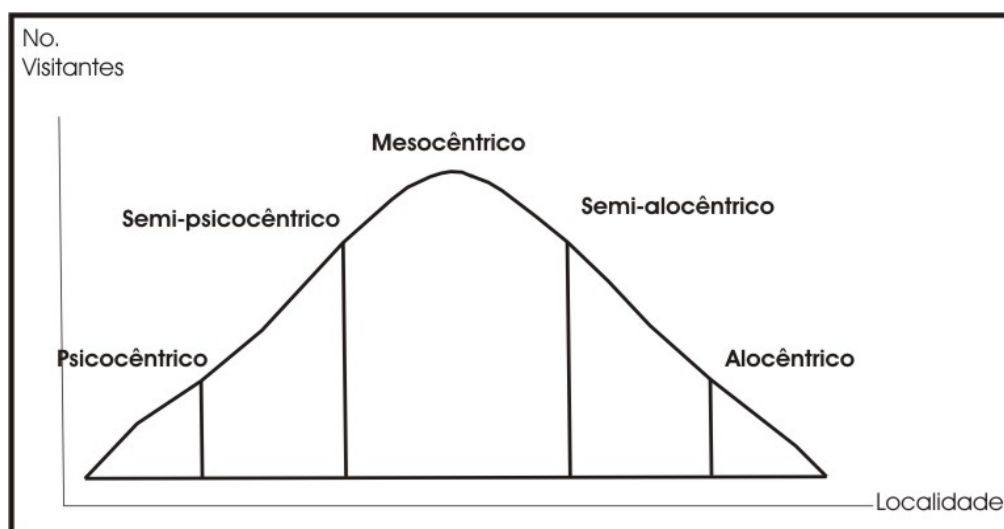


Gráfico 04 – Perfil Psicográfico dos Turistas

Fonte: McIntosh / Goeldner 1986, p. 136 in: RUSCHMANN (1997, p. 94)

Os resultados nos últimos tempos do processo de globalização vêm se mostrando desanimadores. Em verdade, o fenômeno da globalização afeta mais do que beneficia a atual conjuntura social e econômica, sejam eles países desenvolvidos ou em desenvolvimento. Muitas questões são suscitadas com relação às tendências geradas pela globalização. Uma delas está na construção dos calendários turísticos, expondo os períodos de festas e folgedos populares como produto de consumo do setor turístico, onde estão em foco eventos em que se apresentam traços da cultura popular local. Vale salientar que as manifestações seguem um período próprio dentro do tempo social de cada grupo, pois, *“uma das funções próprias do calendário é ritmar a dialética entre tempo livre e trabalho”* ROSA (2002, p. 16). Daí, o que é mais comum ocorrer são *“algumas manifestações culturais [...] que podem respeitar tanto o tempo determinado por uma organização externa como também o tempo estabelecido pelos seus componentes, o tempo social do grupo”* ROSA (2002, p. 16). Essa flexibilidade no calendário das apresentações pode ser configurado como um agente impactante significativo, na

medida em que adequa o tempo social do grupo a um calendário específico e sazonal, fora dos padrões normais dos folguedos populares.

A tendência ensejada pela globalização é transportada com maior velocidade pelo fenômeno turístico, chegando a atingir a tradição e a cultura das camadas mais baixas da sociedade. Notadamente muitos atores sociais que resguardam a cultura tradicional estão situados nessa classe social. Influenciados pela grande demanda nos eventos e nos constantes convites pela presença dos grupos populares nas apresentações locais, regionais e até internacionais, o agente social procura se cobrir de novos elementos que antes não faziam parte de sua tradição. Pode-se dizer que o gosto popular fica *“impregnado de modismos, no sentido que os alemães chamam de kitsch, ou seja, fazendo o velho ficar novo, forçando a renovação das aparências; os velhos bailados apresentam vestimentas estilizadas e coreografias renovadas”* MOURA (2002, p. 38).

Com relação aos muitos eventos que tem em seu calendário as manifestações culturais agendadas por períodos que podem compreender a alta e baixa estação, onde um grande número de turistas pode significar a desconfiguração de costumes e aspectos sociais de uma manifestação, Pellegrini Filho (1993) atesta que *“a presença do turista nesses e em outros eventos é inegável fator de mudança social...”* PELLEGRINI FILHO (1993, p. 126). Isto por que, segundo o mesmo:

As máquinas fotográficas de jornalistas, as preponderantes câmaras de televisão... muito além e antes da chegada dos turistas, induzem o agente social popular a se apresentar e representar; a festa muda sua função, virando espetáculo laicizado (PELLEGRINI FILHO, 1993, p. 126).

Dessa forma, muito da manifestação cultural passa de seu caráter tradicional

e popular para a cultura de massa e reconhecimento público. Isto nos leva a crer que, ainda de acordo com Pellegrini Filho (1993),

Essas interferências podem ser fatores de descaracterização de determinadas manifestações folclóricas... e mesmo de seu desaparecimento e/ou substituição por outras... (PELLEGRINI FILHO, 1993, p. 129).

8. IMPACTOS SÓCIO-CULTURAIS POSITIVOS E NEGATIVOS DO TURISMO NAS MANIFESTAÇÕES POPULARES

Diante da posição do turismo enquanto agente responsável pelos impactos acarretados em uma determinada localidade, motivado pela exploração e consumo dos recursos turísticos locais, deve-se definir que impacto turístico constitui-se “*pela gama de modificações ou pela seqüência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades*” SOUZA (2000, p. 84). Os impactos do turismo constituem-se em três ordens: impactos econômicos; ambientais e; impactos sócio-culturais. Na tabela 01 é possível observarmos quais os principais fatores que estão associados ao turismo e seus impactos positivo e negativo, respectivamente.

FATOR ASSOCIADO AO TURISMO	IMPACTO POSITIVO	IMPACTO NEGATIVO
O uso da cultura como atração turística	Maior apoio para as culturas tradicionais e expressões de identidade étnica. Revitalização de artes, festivais e linguagens tradicionais.	Mudanças nas atividades e artes tradicionais para adequar-se à produção para turistas. Desagregação e aglomeração em atividades tradicionais. Invasão de privacidade.
Contato direto entre moradores e turistas	Quebra de estereótipos negativos, aumento das oportunidades sociais.	Reforço de estereótipos negativos. Aumento do comercialismo. Introdução de doenças. Efeito demonstração.
Mudanças na estrutura empregatícia e econômica resultantes das transformações dos papéis sociais.	Novas oportunidades econômicas e sociais que diminuem a desigualdade social.	Conflito e tensão na comunidade. Aumento da desigualdade social. Perdas de linguagem.
Desenvolvimento de instalações turísticas.	Maiores oportunidades recreativas.	Impossibilidade de acessos a locais e atividades recreativas.
População maior em função do turismo e do desenvolvimento associado.	Apoio a instalações médicas, educacionais e outras que melhoram a qualidade de vida.	Superpopulação e congestionamento viário. Aumento da delinqüência.

Tabela 02 - Resumo dos impactos socioculturais positivos e negativos do turismo.
Fonte: Pearce, Moscardo e Ross in: OMT (2003, p. 161).

É no impacto sócio-cultural que se mensura e evidencia a transformação de determinadas manifestações da cultura popular em produtos de utilização turística. A perda de características essenciais na cultura é um processo que contribui paulatinamente para a perda do referencial histórico sociológico das comunidades nativas. A apresentação cultural passa a se transformar numa encenação teatral, de passos marcados e ritmos coordenados pelo desejo criado pelos visitantes. A cultura popular transmuta-se em um referencial de fetiche cooptado, num elemento de consumo, de necessidade turística.

Dos impactos negativos atribuídos pelo turismo à cultura tradicional citamos: *“a comercialização ou degeneração das artes e do artesanato e a comercialização de cerimônias e rituais da população anfitriã”* COOPER (2001, p. 202). Estes aspectos estão diretamente relacionados ao tipo de produto turístico que se explora em uma determinada localidade. Não só o turismo em si pode se tornar um poderoso acelerador das desconfiguração cultural como também as atividades acessórias que o cercam, imbuídas pelo sucesso econômico.

Uma melhoria na forma de consumo gerido por uma significativa melhoria na conjuntura econômica já se apresenta como um aspecto capaz de proporcionar impactos socioculturais. Cooper afirma que *“qualquer forma de desenvolvimento econômico irá, por definição, carregar consigo implicações para a estrutura social e para os aspectos culturais da população anfitriã”* COOPER (2001, p. 203).

Todos os componentes culturais vão na contramão da ideologia de sustentabilidade sociocultural, esta *“assegura que o desenvolvimento aumenta o controle das pessoas sobre suas vidas. É compatível com a cultura e com os valores da comunidade, mantém e reforça a identidade comunitária”* SOUZA (2000, p. 135). Ao passo que prega o reforço pela identidade coletiva perde-se parte da cultura

autóctone. Não se deve esperar que os atores sociais que visitam e que “consomem” a cultura popular tradicional não interfiram porque a eles é dada uma impressão errônea de que tudo é factível e possível, como se os agentes culturais locais fossem meros marionetes culturais, manipulados pelos interesses econômicos e não pelo desejo de se apresentar como elemento diferencial e indissociável da tradição popular e natural.

É verídico acreditar que a cultura deve e tem que evoluir na medida em que a sociedade evolui conjuntamente. Mas, se utilizar de mecanismos que desfiguram e divergem da autenticidade cultural é uma tentativa singular de adaptação e pasteurização dos elementos culturais de uma comunidade.

A atividade turística sabe explorar a cultura popular de determinado local, em contrapartida descarta completamente aquela que não atende ao fetichismo do consumo turístico. O sentido que se faz nesta altura é que a atividade turística trabalha da mesma forma que o processo de seleção natural dos indivíduos: as manifestações ditas “vendáveis” são trabalhadas pelo setor e largamente exploradas; já aquelas que não atendem aos anseios corporativistas são descartadas e, em alguns casos, podem significar o fim de uma cultura tradicional em uma comunidade que tinha por aquela manifestação um carisma, mas, que já não interessa a mais ninguém.

Segue um dos grandes axiomas do turismo: o turismo só será bom para o visitante se for bom para a comunidade local. O que o povo apresenta, lembra e relembra (aquilo que esta arraigado na memória popular) será apresentado ao visitante com muito prazer.

8.1. Sob o domínio das ideologias empresariais.

Em todos os grandes destinos turísticos é comum se presenciar diversas apresentações de grupos que se autodenominam folclóricos, ícones representativos da cultura e dos costumes locais. Mas, até onde podemos considerar tais grupos como sendo estritamente folclóricos?

Atualmente a quantidade de grupos representativos da cultura popular decresceu muito, basicamente condicionados não pela enorme demanda existente por apresentações nas mais diversas ocasiões e situações, mas, por questões sociais e educacionais, quando as pessoas passaram a ver televisão à noite, deixando de brincar nas ruas e estudando no período noturno em escolas e universidades. Feiras e eventos empresarias ou desportivos, mostra de arte e cultura... atualmente existe uma infinidade de possibilidades onde estes grupos que continuam a se apresentar podem ser encontrados. Seja cumprindo com uma agenda pré-estabelecida, seja como atração principal contratada pelos empreendedores do mesmo evento. Exemplo disso esta no produto turístico do Havaí, o qual, segundo CARLOS (2001), todos os passos dos turistas são cronometrados, desde a chegada até os passeios e visitas feitas a locais históricos, das praias até o por do sol, tudo é muito bem planejado, não dando espaço para qualquer tipo de atividade fora do seu devido espaço-tempo. São exemplos como este que ilustram muito bem a magnitude que se esta alcançando no tocante a exploração do turismo internacional. Com a globalização dos mercados, o turismo acaba sendo um catalisador dessas atitudes, acelerando o processo de pasteurização da cultural de cada nação, inclusive a de países considerados de

terceiro mundo como o Brasil.

O que se tem hoje no Brasil, na verdade, são muitos grupos denominados “parafolclóricos”. Não são pseudo-representações da cultura popular. São, de fato, grupos que sofreram um processo de resgate da cultura que os antecedeu, porém, acrescidos de uma nova roupagem. Novos adereços, coreografia e até mesmo novo sentido de se manifestar, este perdido a muito, resguardado apenas em livros que narravam a busca de seus antepassados pela defesa da cultura repassada de geração a geração.

Brandão (2001) afirma que esta prática pode estar mascarada de um sentido muito aquém do anteriormente proposto: o símbolo que aquela representação cultural denota estaria misturada ao cunho político, onde “*a manipulação de pessoas e grupos introduzem nos rituais e nos trabalhos folclóricos de outra qualquer natureza interesses extra-folclóricos*” BRANDÃO (2001, p. 99). A relação de tentativa de domínio social (de superioridade de uma cultura em relação a outra) se processa na medida em que se tenta transmitir a superioridade de um determinada cultura ou manifestação cultural em detrimento de outra.

As influências que estas manifestações “parafolclóricos” repassam permite a mudança de um ou mais dados que foram os pioneiros na determinação desta ou aquela manifestação. Ainda segundo Brandão (2001), os mundos do turista e do nativo não se tocam, mas as culturas sim.

Ocorre uma espécie de nova forma e conformação da cultura. Ela se desprende dos laços que a criaram, passa pela criação dos empreendedores turísticos para que fique mais bem vista aos olhos dos visitantes, assume um papel de hospitaleira e acessível aos turistas que se arriscam a trocar uns passos com os

dançarinos e artistas locais. A autenticidade é deixada em segundo plano para atender, em primeira mão, aos anseios dos visitantes e, em segunda mão, aos empresários que patrocinam as mudanças.

8.2. Alguns casos de impacto na cultura fomentados pelo turismo.

Dizer que a transformação da cultura ocorre sem que antes se apresente um caso não é tarefa difícil. Dos vários exemplos que podem ser enumerados tomemos como base dois que podem ser bem observado sob dois aspectos bastante similares, sob a ótica do turismo. Um a nível nacional (carnaval no Rio de Janeiro) e outro a nível regional (São João em Campina Grande).

A priori, devemos dizer que o carnaval carioca se tornou um dos maiores espetáculos da terra, já consagrado em muitos países como um dos maiores eventos do planeta. A apresentação das escolas de samba atrai turistas de todo mundo, envolvidos pelos ritmos carnavalescos e pela ostentação dos adereços, das performances e seguindo o embalo do enredo de cada escola de samba.

Tamanha é a preparação para o carnaval carioca que muitas escolas estão vendendo suas fantasias custando até R\$ 5.000,00 antecipadamente. A maior parte dos turistas estrangeiros que desejam adquirir as fantasias no dia do desfile da escola pode pagar até o dobro desse valor.

O carnaval do Rio de Janeiro tornou-se um negócio tão lucrativo que de autêntico nos desfiles só restou a data dos festejos de momo, nada mais.



FOTO 23: Desfile da Escola de Samba Imperatriz Leopoldinense
Fonte: Revista Você S.A. - 2001

A outra manifestação cultural selecionada pode ser apreciada na cidade de Campina Grande, conhecida como a Quadrilha Junina. No período que compreende os festejos juninos fica explícita a transformação da antiga quadrilha matuta em produto de apreciação turística. A quadrilha junina assumiu novo formato. As roupas dos integrantes receberam uma padronização e, tamanha é a quantidade de adereços nas roupas das mulheres que algumas chegam a pesar mais do que o normal para um adereço que é utilizado apenas um mês do ano.

Nos anos seguintes as novas roupas têm formato e tons totalmente diferenciados. Em relação ao gasto feito por participante para dançar na quadrilha, uma dessas roupas chega a custar cerca de R\$ 1.000,00, um preço tão alto nos leva a acreditar que somente pessoas da elite, das classes mais altas é que detém poder aquisitivo para participar da apresentação.



FOTOS 24 e 25: Quadrilha Junina de Campina Grande
Fonte: PBTUR

Este fato comprova como a cultura popular (ou do povo) foi resumida ao alcance de uma seleta minoria que pode desembolsar tamanha soma para fazer parte do festejo junino e apresentar-se frente aos turistas que a contemplam.

Quanto a música que embala os participantes, ainda se conserva o velho forró nas letras de Luís Gonzaga, não fosse pelo ritmo frenético com que os participantes são conduzidos, levados pelo embalo extremamente rápido, para que não se perca tempo na apresentação, já que muitas outras apresentações ainda estão aguardando a sua vez.

Já em muitas cidades interioranas da Paraíba (como São João do Rio do Peixe, por exemplo) ainda é possível se ver as quadrilhas juninas tradicionais, onde os integrantes são vestidos com roupas todas diferentes, confeccionadas pelas próprias costureiras da comunidade, levados pelo som do zabumba, da sanfona e do triângulo, o autêntico forró pé de serra, na linguagem do matuto do sertão. Coordenados pelo representante da quadrilha tem início a exibição. Enquanto os tocadores dedilham seus instrumentos e se harmonizam para o prazer do povo que

os assiste, o coordenador empreende um esforço quase que sobre-humano enquanto entoa aos berros, para se fazer ouvido pelos integrantes, a ordem para o próximo passo.

Outro exemplo marcante pode ser apontado como o carimbó na cidade de Soure, localizado no estado da Amazônia. O carimbó é tido como uma forma de lazer de seu povo, que há muito tempo brinca e se diverte com esta dança no tempo livre,

No entanto, através da atividade turística, podemos perceber algumas modificações com o carimbó de Soure: ele agora já não é dançado nas festas da comunidade, e sim realizado nos salões dos hotéis ou em festivais programados; o lazer do 'caboclo' já é agora trabalho, pois dança para ganhar dinheiro; o ritmo torna-se rápido; os turistas são chamados a participar (FIGUEIREDO In: LEMOS, 2001, pg. 219).

O fator limitante da influência do turismo nas manifestações culturais pôde ser descoberto através de observações relativas ao tipo de produto que a Paraíba atualmente vem comercializando para o turismo. Nas cidades de João Pessoa e Campina Grande (as duas principais cidades do estado onde o turismo é mais expressivo) observa-se uma comercialização do produto turístico mais expressiva que no resto do estado. Conseqüentemente, a demanda pelas apresentações dos grupos culturais locais é maior, diferentemente dos grupos do interior do estado. Não havendo um produto genuinamente preparado para o turismo no interior do estado, as manifestações localizadas além da cidade de Campina Grande resguardam suas características natas, verdadeiros ícones da autenticidade cultural do estado. Em alguns bairros de Campina Grande, quadrilhas que não participam das apresentações no Parque do Povo dispõem de trajes juninos bem diferentes daquelas que se apresentam. Fica claro então a situação do São João naquela

localidade como uma expressão de não-lugar, onde o agente cultural é obrigado a se apresentar e representar para um público de turistas que visitam o destino.

A ação de fomento do turismo no estado vem consolidando-se ano após ano, sofrendo uma tendência de avanço para o interior. Essa tendência está sendo explorada tendo em vista que o turismo, na personificação dos empresários, está procurando por novos produtos, diferenciados dos demais estados. E esta diferenciação de cada estado nordestino fica localizada no interior de seu estado. O futuro produto turístico diferencial e competitivo da Paraíba está localizado no sertão e cariri paraibano, onde as influências na cultura local se farão sentir dentro em breve.

8.3. Produto de consumo turístico.

De diversas formas o turismo pode se utilizar da cultura popular para tangenciá-la a seu favor. O gráfico a seguir mostra precisamente como o impacto cultural possibilita a transformação dos componentes culturais em produto de consumo turístico, ocasionando a perda da autenticidade cultural e da importância social quanto à valorização das raízes e da memória popular.

A área vermelha representa a cultura popular, com seus costumes e suas formas de ser, originárias desde os primórdios de sua construção. Cada elemento é único e característico da região que o percorre, como as danças, os trajes, os costumes e toda cerimônia.



Gráfico 05 – Cultura de consumo turístico
Fonte: Bruno D. Muniz de Brito

Na parte verde temos a atividade turística, formada por sua estrutura de oferta e demanda econômica, fruto do planejamento e da exploração sócio-cultural que a deixa imbuída por uma necessidade de consumo e de contemplação dos recursos naturais e culturais de determinada região.

A partir do momento em que ocorre a fusão dessas duas atividades, temos a chamada cultura de consumo turístico, onde demandantes da cultura e dos recursos culturais e ofertantes da tradição e das manifestações se encontram, coexistindo em um mesmo espaço por períodos curtos de tempo, mas, de significativo valor agregado. Isso porque na medida em que vão se aproximando vai se dando um tipo de comunhão (ou impacto) ideológica responsável pela transformação cultural. Os desejos e as motivações que são formados pelos demandantes do turismo, no caso os turistas, procuram ser supridos por uma exposição da cultura local através dos grupos folclóricos. Pode-se observar que os grupos procuram inserir em seu costume novos hábitos visando assim permitir que o turista possa participar da brincadeira, como um recurso de animação turística.

Beni (2001) ressalta, com relação ao subsistema cultural do Sistor, que “os recursos turísticos culturais são, pois, os produtos diretos das manifestações culturais” BENI (2001, p. 86). A partir daí as manifestações culturais adquiriram as características de produto turístico. Um caso desse tipo pode ser visto a partir dos anexos deste trabalho, onde temos as tradições populares transformadas em atrativos para os turistas, como o São João em Campina Grande, os folguedos populares espalhados por todo país e o carnaval carioca, expoente máximo da massificação e da transformação cultural para atrair um número cada vez maior de turistas de todo mundo.

Em João Pessoa, a PBTUR em se esforçando para continuar a vender seu produto turístico alicerçado em apresentações promovidas nos períodos de alta estação para os turistas, como pode ser visto no panfleto em anexo do evento *Vem Viver a Paraíba*. Não só neste, mas, em diversos outros eventos como é o caso do IX FENART (Festival Nacional de Arte), onde se encenam peças, grupos e manifestações tradicionais para a contemplação não só do público local, mas dos turistas que visitam a ocasião.

As manifestações culturais e o folclore local ganharam, de acordo com Beni (2001), um caráter de meros animadores do turismo: “A finalidade da animação turística cultural é envolver o turista de tal maneira que ele possa atender sua necessidade de viver algo diferente, um sonho, uma ilusão” BENI (2001, p. 91).

Dessa forma, as manifestações culturais e toda sua representatividade tornaram-se mercadorias à venda para os turistas, atendendo a uma espécie de sonho de consumo destes últimos.

Beni (2001) acredita que está transformação das manifestações culturais em

produto gera uma série de impactos socioculturais nas comunidades receptoras de turismo, chegando ao ponto extremo de provocar total desencanto ou desilusão, identificado pelo autor em cinco estágios de acordo com a seqüência: “*euforia / apatia / imitação / antagonismo / falta de interesse em transformar-se*” BENI (2001, p. 92). Este aspecto remete-se diretamente ao folclore local, agregando diversas conseqüências negativas, sob todos os aspectos, que tal influência cultural sofre por força do turismo.

8.4. O turismo e a construção do não-lugar cultural.

Apoiando este aspecto, Carlos (2001) vai de perfeito encontro aos ideais mencionados, quando esta afirma que “*a indústria do turismo transforma tudo o que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório*” CARLOS (2001, p. 26). De fato, nada que o turista vê em uma grande destinação turística pode ser apresentado a ele como “cultura local”. De qual localidade? Como se pode garantir que esta cultura não pertença ao simulacro?

A esse respeito Carlos (2001) salienta que “*é nesse caso que o produto da indústria turística [...] produz simulacros ou constroem simulacros de lugares*” CARLOS (2001, p. 29). A autora considera que essa é a era da simulação que “*vai desse modo eliminando quaisquer referências ligadas à vida humana*” CARLOS (2001, p. 30). São os ícones conhecidos como não-lugar. A referida expressão é largamente utilizada por MOLINA (2003) e por RODRIGUES (1997), constituindo a definição exata para estas localidades denominadas de não-lugar.

Em muitos casos os produtos da cultura dita “autêntica” são comercializados até fora das simples fronteiras nacionais, dos limites considerados toleráveis para o consumo.

Estão aí os megaresorts como exemplo de mecanismos esmagadores da cultura local e do caráter identificador da identidade de uma região. Os mega empreendimentos são considerados, na visão de Dodson (2001), como *pastiche*, simples cópias da realidade anteriormente transfigurada para atender ao consumo do turismo. A esse respeito Dodson (2001) afirma que “*a comercialização dessas áreas históricas e a substituição dos estilos de vida ‘autênticos’ são [...] uma tentativa óbvia de atrair turistas utilizando uma vitrine superficial de tradição*” DODSON (2001, p. 213).

9. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

As manifestações populares sempre tiveram seus períodos próprios para se apresentar, seja no ciclo natalino, no ciclo junino ou na folia de momo. As apresentações compreendem um momento único que era muito esperado pela comunidade todo ano.

Eram feitos muitos preparativos nos momentos que antecediam as brincadeiras do côco de roda, da ciranda, do boi de reis, dos desfiles das tribos. Centenas de pessoas se aglomeravam para ver o acontecimento, porque esperavam o ano inteiro para ver a lapinha se apresentar ou a Nau dar início às suas aventuras.

9.1. Ocasião de encenação das manifestações

Atualmente as manifestações são apresentadas, em sua maioria, atendendo a convites, como bem mostra o gráfico 06. O grande aumento na procura por tradições populares como diferencial em cada eventualidade é que se configura como o primeiro de uma série de agentes transformadores da cultura popular local. Segundo afirma mestre Piralinho do Boi de Reis “*é melhor a gente brincar com gosto quando tem muita gente do que ter que se apresentar para poucas pessoas nos mesmos lugares de sempre*”. Isto prova que muitos grupos estão propensos a se apresentar apenas atendendo a convites.

O tempo social do grupo (isto é, o período em que o folguedo deveria se apresentar tradicionalmente) foi relegado a uma pequena parcela de 10% no montante das apresentações feitas todos os anos.

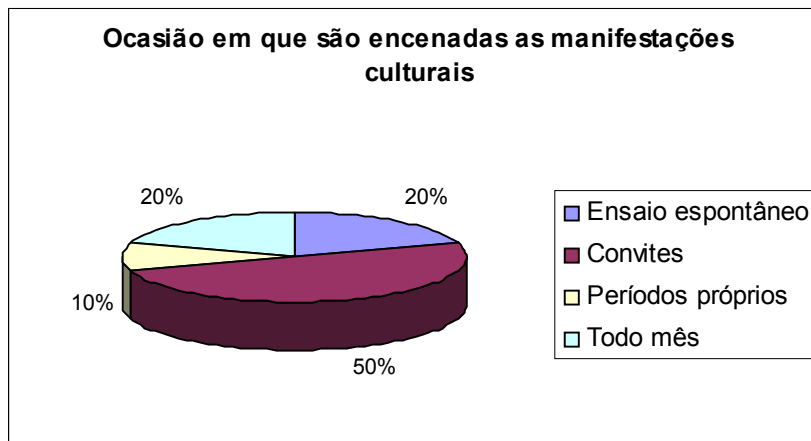


Gráfico 06 – Quando são encenadas as manifestações
Fonte: Pesquisa direta

9.2. A demanda turística pela cultura popular local

A cultura popular na grande João Pessoa vem sendo explorada turisticamente há algum tempo, sobretudo para atender a diversos convites feitos tanto por órgãos públicos quanto privados, entidades e instituições, universidades e associações.

Dos grupos entrevistados na pesquisa apenas o Côco de Roda de Forte Velho é que não vem recebendo convites para se apresentar em locais fora do seu período próprio.

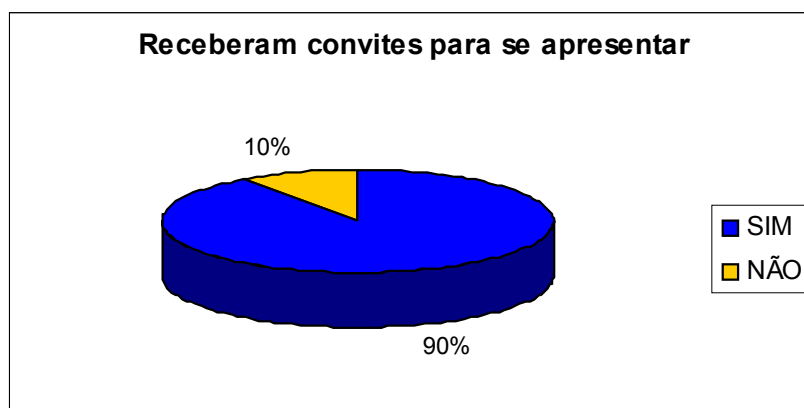


Gráfico 07: Grupos que receberam convites para se apresentar
Fonte: Pesquisa direta

Isto se dá pelo fato do folguedo ser localizado em uma área pouco conhecida e procurada turisticamente, o que leva a crer que as apresentações somente sendo levadas a cabo no período próprio não possibilitem aos poucos visitantes daquela região do município de Santa Rita apreciarem e comentarem sobre o côco de roda do local. “A gente gosta de dançar, só que o povo daqui [Forte Velho] não dá muito valor”, é o que afirma dona Marlene do côco.

9.3 Principais locais de apresentação dos grupos

O gráfico 08 ilustra quais os principais locais onde os grupos estudados já se apresentaram.

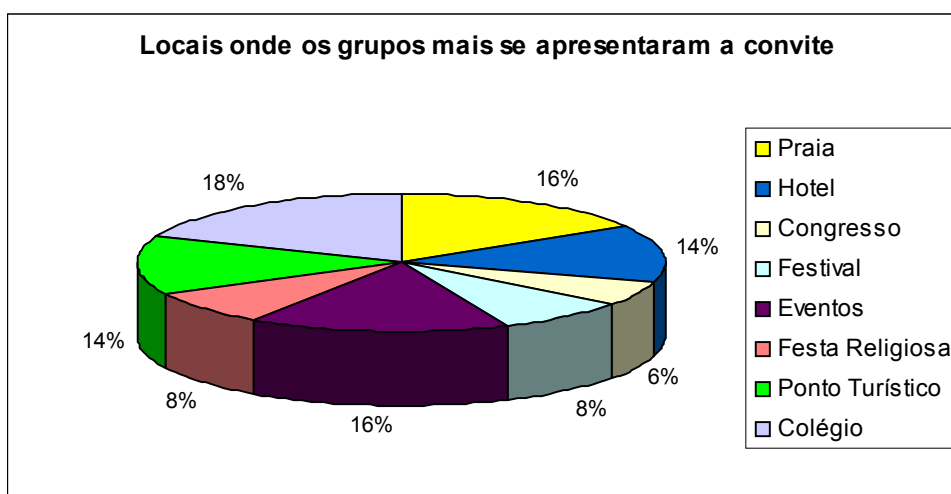


Gráfico 08 – Locais das apresentações dos folguedos a convite
Fonte: Pesquisa direta

Somando as porcentagens de todos os locais que se constituem como predominantemente turísticos (praia, hotel e ponto turístico) ou ainda que encontram-se em pontos específicos de fluxo turístico (congresso e eventos), temos 64% dos locais das apresentações voltados para o atendimento da demanda turística que está sendo gerada.

O que podemos concluir com isso é que a grande maioria de apresentações que vêm sendo feitas na região de João Pessoa estão atendendo ao mercado turístico local. Em termos estimados, se estiverem agendadas 10 apresentações na grande João Pessoa, pelo menos 6 delas serão em locais voltados para o turismo. Mestre Mané Baixinho, da Ciranda do Sol, diz que “

9.4. A busca pelo diferencial na grande João Pessoa

A procura sempre incessante pelo diferencial na grande João Pessoa vem causando sérios impactos na cultura popular, sobretudo em aspectos fundamentais como a indumentária e o tempo social de cada grupo. Motivados pelo desejo de obtenção de reconhecimento e, algumas vezes, remuneração da parte de quem os convida, alguns grupos estão apresentando suas brincadeiras apenas com alguma garantia de retorno financeiro ou mesmo logístico, como transporte e alimentação. Isto ocorre porque está ficando cada vez mais difícil manter todo o grupo reunido nas atuais condições de vida de cada participante. Não são todos que recebem um apoio financeiro sempre que se faz necessário o conserto ou reparo de algum material ou instrumento daqueles que precisam da música natural (e não eletrônica) para brincar. No gráfico 09 podemos entender melhor tal situação.



Gráfico 09 – Grupos que recebem incentivo financeiro
Fonte: Pesquisa direta

Pelo fato de não receber algum incentivo financeiro, a maioria dos grupos estão propensos a aceitar convites que lhes propiciem algum retorno palpável, seja pelo simples desejo de brincar e ser valorizado, seja pelo desejo de obter algum benefício para, ao menos, tornar o ato de brincar em locais turísticos uma fuga da rotina e do reconhecimento de seus esforços.

O atendimento a convites para todos os tipos de eventualidades é feito mediante o acerto da combinação de três elementos necessários (juntos ou em separado) à realização do folguedo. São eles: Alimentação, transporte e cachê. O gráfico 10 revela-nos qual é a proporção de cada um deles para o universo dos grupos pesquisados que recebem convites.

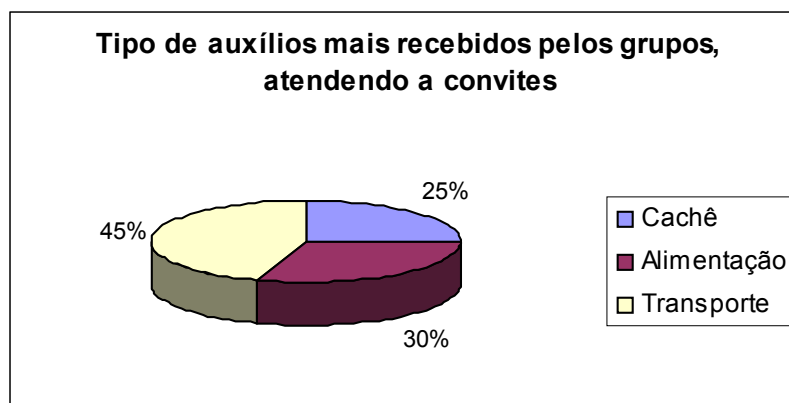


Gráfico 10 – Auxílios recebidos pelos grupos à convite
Fonte: Pesquisa direta

Dos grupos pesquisados, que atendem a convites, o que mais se recebe é um auxílio por meio de transporte para deslocar todos os participantes do folguedo até o local da apresentação. Em seguida é oferecido aos participantes um pequeno lanche logo após o término da apresentação. Apenas poucos grupos já receberam cachês pela apresentação, isto porque aquele que convida é quem disponibiliza todo o apoio logístico. O valor do cachê chega, em média, a ser de R\$300,00.

Somente alguns coordenadores de manifestações culturais é que solicitam o cachê de forma acertada e prévia. Entre eles destacamos o Boi de Reis, o Cavalo Marinho, a Tribo Indígena Pele Vermelha, o grupo parafolclórico do Sesc e o Côco de Roda Mestre Benedito. Os demais não fazem nenhuma exigência quanto à questão de cachê, mas, somente do suporte logístico.

9.5 A indumentária dos grupos

Muitos desses grupos (por força do crescimento da demanda) sentiram a necessidade de consertar ou até mesmo modificar seus trajes por motivo dessas apresentações. O desgaste dos materiais, dos adereços, a renovação dos grupos (ingresso de novos brincantes) e de demais itens necessários à realização das manifestações sempre fizeram com que se modificasse parte de sua indumentária para que fosse mantido o espírito do folclore local, como esta no gráfico 11.

Como afirma dona Erotilde, da Lapinha Jesus de Nazaré, *“fica mais bonito de se ver a cada ano uma roupa mais bonitinha e diferente. Assim, todo mundo se empolga mais pra assistir”*.



Gráfico 11 – Questão sobre o traje dos grupos
Fonte: Pesquisa direta

A cultura é viva e esta sempre em constante movimento, agindo de forma dinâmica e sempre em busca de se manter viva nos olhos e na memória do povo. Faz-se necessário modificar certos itens que, por ventura, tiveram a sua vida útil atingida e são necessários de serem trocados para a continuação do folgado. Assim, o gráfico 12 ilustra bem esta perspectiva.

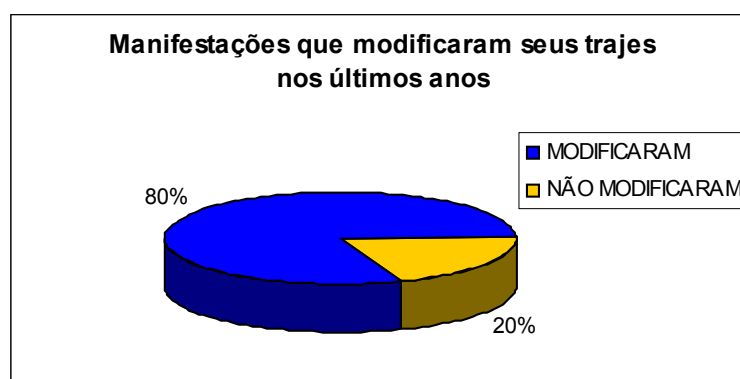


Gráfico 12 – Manifestações que modificaram seus trajes
Fonte: Pesquisa direta

O que se deve atentar nisso é que o motivo pelo qual se modifica a indumentária das manifestações não deve estar direcionado por desejos e aspirações corporativistas. Não se deve fazer da nossa cultura paraibana um

produto, com um rótulo atraente e chamativo e um conteúdo que deixa a desejar em termos de originalidade e autenticidade.

9.6 Ocasão em que são renovados os trajes

A seguir, temos bem definidas as ocasiões em que são renovados os trajes dos grupos no gráfico 13. Boa parte dos grupos deixa para renovar seus trajes de ano em ano, que é quando eles devem se apresentar nos seus períodos próprios e brincar com um novo estilo de roupa ou um novo modelo, como é o caso mais comum da Lapinha Menino Jesus de dona Erotilde, das tribos indígenas e do grupo parafolclórico do Sesc.

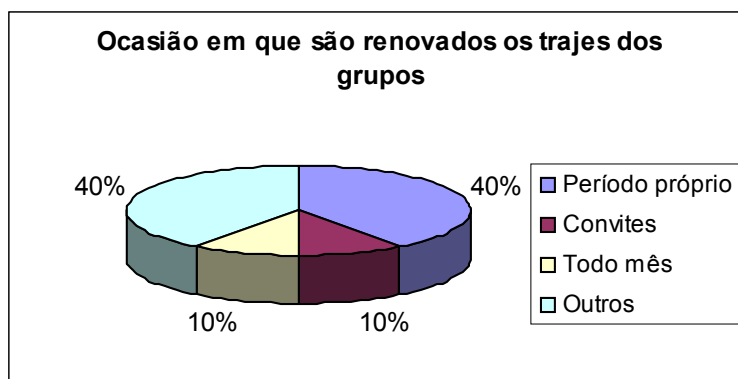


Gráfico 13 – Ocasão em que os trajes são renovados
Fonte: Pesquisa direta

Esta explicação deve ser entendida como parte das respostas ao item “outros” que compõe 40% das ocasiões em que os trajes são renovados.

Na grande parte dos convites que são feitos os grupos cuidam de acertar apenas alguns detalhes ou apenas simples acertos nos trajes ou em algum item que mereça maior atenção.

9.7. Tempo necessário para as apresentações

Muitos grupos folclóricos brincavam a noite toda, revezando seus ritmos, passos e formas para celebrar os mais diversos momentos a que cada um esta relacionado. Porém, quando recebem algum convite é preciso se enquadrar nos desígnios daqueles que os convidam. Brincadeiras que duravam noite adentro agora precisam se estruturar em intervalos de eventos (o chamado coffee break = parada para cafezinho), servir como atração em locais e pontos turísticos e em situações as quais se faça necessária a presença destes grupos.

O gráfico 14 apresenta qual era o tempo médio necessário para que as manifestações pesquisadas se apresentassem da forma que sempre fizeram tradicionalmente.

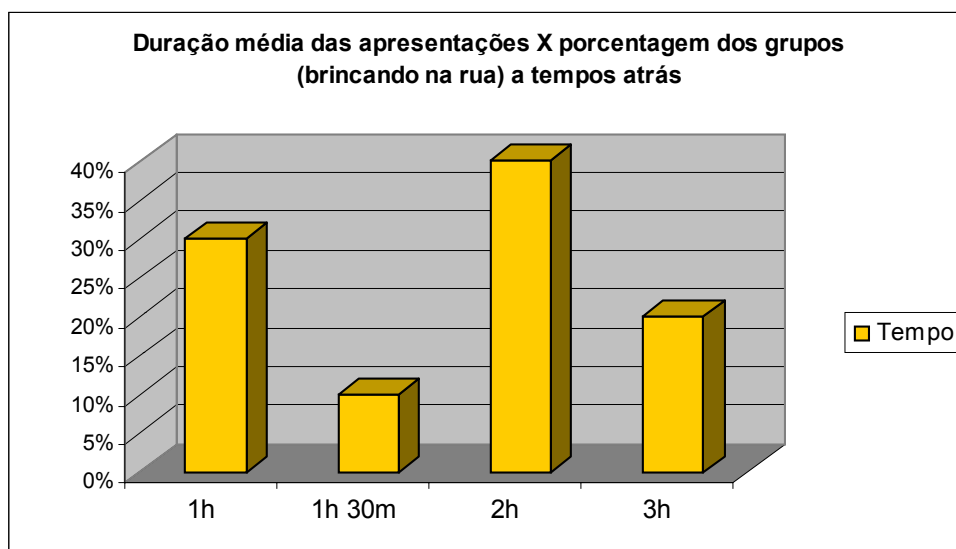


Gráfico 14 – Duração das apresentações
Fonte: Pesquisa direta

Muitos grupos precisam de uma hora, outros de duas, alguns de três horas. Existem casos em que os folguedos levavam a noite inteira para se apresentar

completamente, como exemplo o Cavalo Marinho de João do boi e a Nau Catarineta de Cabedelo. Mestre João do boi diz que “*antigamente nos brincava a noite toda, sem pará pra nada... Era a maior festa na rua da gente*”.

De fato, é necessário pelo menos uma hora para que um grupo possa brincar e se apresentar de maneira decente, mostrando a riqueza da cultura popular paraibana e brasileira confortavelmente e dentro dos princípios que sustentam cada manifestação cultural.

No entanto, o tempo é um bem que deve ser muito bem aproveitado, sobretudo porque os eventos em turismo precisam atender a um cronograma previamente estudado e aplicado. Além disso, os turistas chegam com muita vontade e disposição em conhecer o máximo da localidade onde estão visitando, apreciando todas as belezas de maneira muito rápida e dinâmica, consumindo as paisagens com suas máquinas e guardando em seus filmes parte do local que não puderam apreciar com mais calma.

Assim também é na cultura popular. A velocidade com que os turistas desejam ver o destino que estão visitando se reflete em parte dos agentes sociais da localidade, de maneira vertiginosa, a cultura é condicionada ao aceleração das suas apresentações, estilizando os padrões, condensando parte de seus elementos autênticos em espetáculos para as massas de visitantes, frenéticos pelo início, auge e fim das encenações culturais para que, logo mais, a sua vontade de apreciar cada vez mais do local possa ser maximizada. Guarda-se na memória apenas a superficialidade das apresentações, não marcando nem disseminando a autêntica cultura popular paraibana.

Através do gráfico 14 é possível encontrarmos essa realidade. Em consonância com os modelos de exploração turística, as manifestações da cultura

popular são (diretamente) induzidas a maquiar seus costumes para o deleite de alguns turistas em visita à grande João Pessoa.

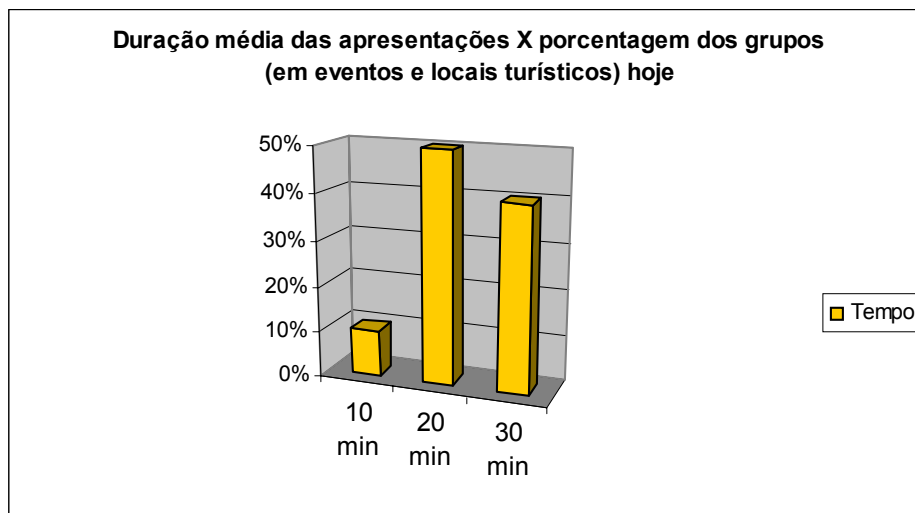


Gráfico 15 – Duração das apresentações em eventos
Fonte: Pesquisa direta

As apresentações chegam, no máximo, a durar 30 minutos em 40% das apresentações que os grupos já fizeram. A grande maioria, 50%, responde por um período de tempo ainda menor: 20 minutos. Somente em 10% dos grupos é que a apresentação leva 10 minutos. Percebemos com isso que a atividade turística é, indubitavelmente, causadora de transformações na cultura de um destino turístico. Pondo em estudo o gráfico 14 e o 15, observamos como essa influência se processa no tempo de duração das apresentações do grupo.

Essa parece ser uma condição fundamental para que o turismo se utilize da cultura, adequando o tempo disponível de preparo e dedicação do grupo a pouco mais de 30 minutos de evolução, sem deixar mais do que um pequeno resíduo da identidade cultural do destino turístico.

9.8. Cultura popular e Turismo responsável

Um dos instrumentos legais que já foram criados para proteger a cultura de agentes depreciativos ou descaracterizadores da cultura tradicional local esta constituído sob força de lei, presente no artigo 215 da constituição nacional, parágrafo 1. O mesmo afirma que é obrigação do Estado proteger as manifestações culturais, indígenas e afro-brasileiras do processo civilizatório. Porém, até que ponto a proteção está, de fato, sendo levada a sério?

No momento em que o país atravessa diversos solavancos econômicos e que a renda do trabalhador mal atende à suas necessidades básicas, um mínimo que seja de recurso financeiro a mais no orçamento pode chegar a decretar o fim da autenticidade de um folgado popular, sobretudo porque as comunidades que abrigam as manifestações são carentes em demasia em infra-estrutura, saúde pública, segurança, lazer e habitação. Pelo menos uma parte dos líderes dos grupos folclóricos da grande João Pessoa moram em bairros pobres, dentro de favelas, trabalhando em serviços simples e sem valorização profissional por parte dos empregadores.

São condições tais que fica difícil entender (apesar de ser uma questão de admiração) como mantiveram sua autenticidade guardada por tanto tempo. Isto acaba por suscitar outra questão: Por quanto tempo estarão mantendo parte desta autenticidade sem que os interesses econômicos e turísticos falem mais alto?

De fato, são questões que requerem uma maior atenção de órgãos e instituições que lidam com a cultura como FUNJOPE, FUNESC e PBTUR.

Com relação a última questão existente no questionário de pesquisa, relatamos que há uma grande propensão de boa parte dos grupos em modificar

seus aspectos culturais autênticos. Na verdade, o que os leva a desejar essa “adequação” de parâmetros e de customização de aspectos culturais reside no mesmo motivo que os leva a atender suas necessidades de complemento de renda: dinheiro.

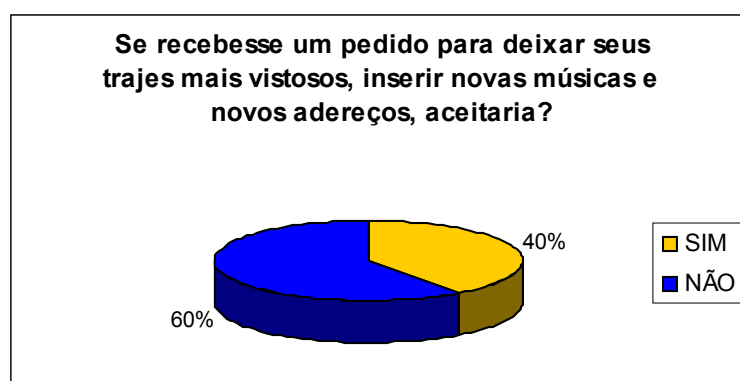


Gráfico 16 – Montante dos grupos que aceitariam modificações culturais
Fonte: Pesquisa direta

A maior parte dos líderes dos grupos entende que a cultura deve ser preservada, tratando-se de uma riqueza autêntica e que não deve ser desfigurada para atender aos apelos capitalistas do mercado turístico. Deve ela ser forte e marcada por traços que possam sempre diferenciar uma cultura da outra, com suas particularidades e princípios distintos dos demais folguedos nacionais.

Esta proporção, apesar de ser superior ao montante daqueles que aceitaria mudanças, esta perdendo espaço para muitos grupos que vêem no turismo uma maneira de obter valorização, reconhecimento e um aumento de renda por meio da cultura popular.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme o exposto, podemos considerar que o fenômeno turístico é um forte agente de transformação das manifestações culturais devido, principalmente, ao crescimento da demanda gerada pelo turismo, motivado por novas formas de se conhecer as culturas diferenciadas do destino turístico João Pessoa.

Não se pode dizer que o turismo, isoladamente, é o único agente de transformação da cultura. Há ainda outros componentes que podem funcionar como elementos facilitadores da modificação. A massificação da cultura pelos meios de comunicação e as necessidades econômicas vividas pelos brincantes que compõem as manifestações culturais (frente à realidade do turismo no estado da Paraíba, que promete ser um grande gerador de emprego e melhores condições de renda para a população) são os principais aspectos que se comprovam nesse sentido.

Percebemos que as manifestações parafolclóricas respondem por boa parte das transformações culturais que estão ocorrendo em muitos dos grupos pesquisados, influenciando e induzindo à transformação. A questão da flexibilidade no tempo de apresentação das manifestações, da customização dos trajes e da padronização dos estilos de música e dança são aspectos que tornaram-se normais e comuns em apresentações parafolclóricas. A máxima “o cliente é quem manda” tanto se aplica ao grupo parafolclórico do Sesc que todas as condições para as apresentações são ditadas pelo interessado em levar este grupo a qualquer apresentação. Tipo de roupa, duração da apresentação, música natural ou eletrônica, transporte, cachê e alimentação. Todas estas e muitas outras questões podem ser definidas no ato do convite ao grupo. Esse modelo de organização

do grupo parafolclórico do Sesc faz com que os outros líderes de grupos procurem organizar suas manifestações da mesma forma, sobretudo quando da apresentação em eventos turísticos, onde um grupo nunca quer ser inferiorizado por outro, seja na questão da organização seja na apresentação de seus brincantes.

Além disso, muitos elementos de customização podem ser identificados em outras manifestações culturais. De maneira geral, estes elementos podem ser aplicados e dirigidos a todos os grupos.

Começando pelo tempo social dos grupos, podemos concluir que todas as manifestações não mais se apresentam apenas nos seus períodos próprios (isto é, dentro da época que compreende os ciclos festivos como o ciclo natalino, o ciclo junino e os festejos de momo). As apresentações podem ocorrer a qualquer período do ano, atendendo a convites de interessados em levar os folguedos populares a qualquer lugar, disponibilizando para isso o transporte, um pequeno lanche para o grupo e, em alguns casos, uma quantia em dinheiro que representa o cachê cobrado pelo líder do grupo. Sobre isso, já dizia Fontes (1982), a respeito do Boi de Reis: *“este folgado esta ligado ao ciclo natalino, sendo [...] as suas exibições levadas a efeito a qualquer dia do ano, atendendo a convites de empreendimentos turísticos”* FONTES (1982: 167). Atualmente, a situação se aplica a muitas outras manifestações além do Boi de Reis.

Outro grande elemento de transformação das manifestações culturais identificado é o tempo de apresentação dos grupos. Atualmente, para estar presente em eventos e apresentações em locais de intenso fluxo de turistas os grupos precisam reduzir o tempo da brincadeira para que não se torne uma apresentação enfadonha e caia no descontentamento do público. As brincadeiras que antes duravam 3 horas até a noite inteira (em muitos casos como a Nau Catarineta, o

Côco de roda, a Ciranda, o Cavalinho e o Boi de Reis) tiveram que ser encurtadas, com a finalidade de se enquadrar ao cronograma de visita e apreciação dos turistas em visita à capital paraibana.

Outro aspecto de customização de alguns grupos, observado em atividades relacionadas ao turismo, está presente na indumentária dos grupos estudados. Muitos deles, há pelos menos 10 anos, não tinham um padrão de roupas ou trajes para se apresentar. As brincadeiras ocorriam com as próprias roupas do corpo, sendo desnecessário que todos estivessem com um tipo de indumentária igual. Isto pode ser facilmente observado com um mesmo tipo de folguedo popular constituído por dois grupos de brincantes distintos: o Côco de roda de Forte Velho e o Côco de roda Mestre Benedito. No primeiro, a oferta de uma padronização de suas vestes foi oferecida ao grupo, sendo rejeitada por todos veementemente. Já no segundo, a padronização dos trajes foi bem aceita e faz parte da “apresentação” daquele grupo, estando eles sempre com trajes padronizados quando recebem o convite para brincar.

O fato de que o grupo de côco Mestre Benedito recebe mais convites para se apresentar do que o de Forte Velho nos leva a crer que a aceitação da padronização dos trajes (por parte dos brincantes do primeiro folguedo) se dá devido ao intenso e constante número de apresentações que são executadas em vários locais pela grande João Pessoa. A demanda pelas apresentações do côco de dona Teca é superior à do côco de Forte Velho. Daí, o pessoal de Forte Velho achar desnecessária a padronização, já que o montante de suas apresentações não se dirige a locais e eventos de caráter turístico. Eis um grande exemplo de como a demanda turística pela cultura popular local pode influenciar na descaracterização dos elementos autênticos da cultura popular.

Nas demais manifestações culturais autênticas não houve uma customização do traje dos brincantes, inclusive porque as condições econômicas dos líderes dos grupos não permitem que se façam novos trajes todos os anos. Acontece apenas a reforma dos mais antigos, sendo feitos reparos sempre que se sentir necessário.

A verdade é que o turismo não quer se mostrar sob uma ótica de algoz da cultura popular, mas, procura criar uma visão pseudo-cultural de que todas as manifestações estão bem constituídas e preservadas em um falso contexto de tradição e preservação do patrimônio imaterial.

A perpetuação das manifestações como as conhecemos só poderá ser efetuada mediante a ação planejada e coordenada de órgãos e pessoas preocupadas em zelar pela cultura, a dignidade e a riqueza que as manifestações culturais representam para todos.

É um desejo nosso que os interesses dos futuros e atuais bacharéis em turismo se façam convergir para diversos elementos essenciais na manutenção da sociedade e, por conseguinte, das pequenas comunidades e suas manifestações da cultura autêntica. Zelar pelo patrimônio cultural e, em consonância com a utilização sustentável do turismo, promover a exploração da atividade sem descaracterizar seus atores sociais é garantia de uma herança mais rica e nossa, para nós mesmos e nossos filhos.

11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. A indústria Cultural. In: **COHN**, Gabriel (org.) **Comunicação e indústria cultural**. 4 ed. São Paulo: EDUSP, 1978, pg. 287-295.

ARANTES, Antônio A. **O que é cultura popular**. 14^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1990.

ARAÚJO, Silvana Miceli. Artifício e autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: **BANDUCCI JR**, Álvaro; **BARRETO**, Margarita (orgs.). **Turismo e identidade local: Uma visão antropológica**. 2 ed. Campinas, SP: Papyrus, 2001.

AYALA, Maria Ignez Novais. **Côcos: Alegria e devoção**. Natal: EDUFRN, 2000.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 8^a ed. Campinas, SP: Papyrus, 1995.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 4^a ed. São Paulo: SENAC, 2001. p. 86-92.

BOSI, Alfredo. **Cultura Brasileira**. Temas e situações. 4^a ed. São Paulo: Ática, 2002.

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

BRANDÃO, Carlos R. **O que é folclore**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil:** Promulgada em 5 de outubro de 1988. Brasília, DF: Senado, 1988.

CABRAL, Elisa Maria. **A brincadeira dos côcos.** João Pessoa, 1998. 1 videocassete (18 min.). VHS, NTSC, son., colorido. Português. LEO (Laboratório de Estudos da Oralidade), DECOM.

CARLOS, Ana Fani. **A cidade.** São Paulo: Contexto, 2001.

CARVALHO, Rafael de. **Boi da Paraíba.** João Pessoa: Gráfica Mar, 1978.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência.** Aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1996.

_____. **Convite à filosofia.** São Paulo: Ática, 1994.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais.** 5 ed. São Paulo: Cortez, 2001.

CORIOLANO, Luzia Neide M. T. **DO LOCAL AO GLOBAL:** O turismo litorâneo cearense. 3 ed. Campinas, SP: Papyrus, 1998.

CULTURA POPULAR E EDUCAÇÃO. **O que é, o que é: Folclore e cultura popular.** Tv Escola. Rio de Janeiro, 2003. 1 videocassete (120 min.). VHS, NTSC,

son., colorido. Português. Série Cultura Popular e Educação.

_____. **No melhor da festa.** Tv Escola. Rio de Janeiro, 2003. 1 videocassete (120 min.). VHS, NTSC, son., colorido. Português. Série Cultura Popular e Educação.

_____. **Quem conta um conto.** Tv Escola. Rio de Janeiro, 2003. 1 videocassete (120 min.). VHS, NTSC, son., colorido. Português. Série Cultura Popular e Educação.

D'AMORIM, Elvira; **ARAÚJO**, Dinalva. **Do lundu ao samba:** Pelos caminhos do côco. João Pessoa: Arpoador / Idéia, 2003.

DENCKER, Ada de Freitas M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo.** 5^a ed. São Paulo: Futura, 2001.

DODSON, B.; KILIAN, D. De porto a Playground – A revitalização da enseada de Victoria & Alfred, Cidade do Cabo. In: **TAYLER**, D.; **GUERRIER**, Y.; **ROBERTSON**, M. (orgs.) **Gestão de turismo municipal:** teoria e prática de planejamento turístico nos centros urbanos. São Paulo: Futura, 2001.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular.** 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

GETZ, Donald. O evento turístico e o dilema da autenticidade. In: **THEOBALD**, William F. **Turismo Global.** 2 ed. São Paulo: Senac, 2002.

FEATHERSTONE, Mike. O desmanche da cultura. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

FERNANDES, Francisco; LUFT, Celso Pedro. Dicionário Brasileiro Globo. 48 ed. São Paulo: Globo, 1997.

FONTANA, Alessandra; VERGARA, Sylvia Constant. A vitória da (des) organização. **Revista Você S.A.** São Paulo, SP. Edição 34, p. 70-4, abril de 2001.

FRANÇA, Dinalva. Paraíba em ritmo de folclore. Secretaria de Educação e Cultura. João Pessoa: 1991.

PARAÍBA - Governo do Estado. Mapeamento cultural da Paraíba. Fundação Casa de José Américo. João Pessoa: Grafset, 2001.

MORAES, Denis (org.). Globalização, mídia e cultura contemporânea. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

MOURA, Antônio de P. Turismo e festas folclóricas no Brasil. In: **FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (orgs.). Turismo e patrimônio cultural.** 2 ed. São Paulo: Contexto, 2002.

IGNARRA, Luiz Renato. Fundamentos do Turismo. São Paulo: Pioneira, 1999.

LEMOS, Amália Inês G. (org.). Turismo: Impactos socioambientais. 3 ed. São Paulo: HUCITEC, 2001.

LICKORISH, Leonard J.; **JENKINS**, Carson L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MELO NETO, Francisco Paulo. Evento: de ação, de entretenimento a agente de promoção do patrimônio histórico cultural. In: **FUNARI**, Pedro Paulo; **PINSKY**, Jaime (orgs.). **Turismo e patrimônio cultural**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MIRANDA, Ricardo. Carnaval S/A. **Revista Isto é**. São Paulo, SP. N. 1794, p. 56-7, 25 de fevereiro de 2004.

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

OMT - Organização Mundial do Turismo. **Turismo Internacional**. 2 ed. Porto Alegre> Bookman, 2003.

PELLEGRINI FILHO, Américo (org.). **Antologia de folclore brasileiro**. São Paulo: EDART, 1982.

_____. **Ecologia, Cultura e Turismo**. 5 ed. Campinas, SP: Papyrus, 1993. P. 123-132.

PIMENTEL, Altamar de Alencar. **O côco praieiro: Uma dança de umbigada**. 2 ed. João Pessoa: EDUFPB, 1978.

_____. **Esquindô lê-lê: cantigas de roda**. João Pessoa: EDUFPB, 2002.

PIRES, Mário Jorge. **Lazer e turismo cultural**. 2 ed. Barueri: São Paulo, Manole, 2002.

PLURALIDADE CULTURAL. **Carnaval: Maracatus e caboclinhos; Ciclo Natalino**. Fundaj, Brasil. Massangana Videosom. Pernambuco, 1997. 1 videocassete (47min.). VHS, NTSC, son., colorido. Português. Série Manifestações Culturais.

_____. **Som da Rua**. Produção Tv Escola. São Paulo, 1999. 1 videocassete (60min.). VHS, NTSC, son., colorido. Português.

RABELLO, Evandro. **Ciranda: dança de roda, dança da moda**. Recife, Ed. Universitária / UFPE, 1979.

RODRIGUES, Adyr B. **Turismo e espaço**. Rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: HUCITEC, 1997.

RODRIGUEZ, Janete Lins (coord.). **ATLAS ESCOLAR PARAIBANO**. João Pessoa: Grafset, 1997.

ROSA, Maria Cristina (org.). **Festa, lazer e cultura**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 2002.

RUSCHMANN, Doris Van D. **Turismo e planejamento sustentável**. 10 ed. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1997.

SANTOS, José Luis. **O que é cultura**. 14^a ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SOUZA, Arminda M.; **CORRÊA**, Marcus Vinicius M. **TURISMO: Conceitos, definições e siglas**. 2 ed. Manaus: Valer, 2000.

SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética**, vol. 2. São Paulo: Aleph, 2000.

THEOBALD, William F. **Turismo Global**. 2 ed. São Paulo: Senac, 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga G. **A sociedade pós-industrial e o profissional em turismo**. 4^a ed. Campinas, SP: Papyrus, 2000.

URRY, John. **O olhar do turista**. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 3 ed. São Paulo: Studio Nobel – SESC, 2001.

VILAR, Marcus (dir.). **Seu Rei mandou dizer**. Secretaria de Educ. e Cultura. João Pessoa, 1997. 1 videocassete (15min.). VHS, NTSC, son., colorido. Português.

WERNECK, Christianne Luce G. *et al.* **Lazer e mercado**. Campinas, SP: Papyrus, 2001.

Anexo 1: Questionário de pesquisa monográfica

Anexo 2: Capa Isto É Gente



Anexo 3: Propaganda VASP

Anexo 4: Capa do Folder IX FENART / páginas internas



06
CULTURA POPULAR

FENART RUA
14:00 h - Rodoviária: Apresentação do Grupo Popular Compara - Bebê e Bordo (Luziânia, PB)

GRUPO POPULAR
18:30 h - Praça do Povo: Grupo Folclórico Nau Catarineta (Caxambú, PB)

MÚSICA POPULAR
22:30 h - Palco I: Vates & Volas (PB)
Palco II: Habarquinhos (PB/PE)
Palco I: Bilu de Campina (PB)

TEATRO
19:45 h - Teatro de Arena: Mostra Paralela de Teatro
21:15 h - Teatro Paulo Pontes: A Dama de Noite
Direção: Gilberto Gaieminski
Ator em Óbra (RJ)

DANÇA
21:15 h - Palco II: Paralela Dança

CINEMA
18:30h - Cine Bangalú:
Mostra Competitiva de Vídeo - Bloco II
20:00 h - Cine Bangalú:
Filme: A Partida, de Sandra Ribeiro (PE)
20:30 h - Cine Bangalú:
Filme: O Preço da Paz, de Maurício Appel,
dirigido por Paulo Morais (PB)

07
CULTURA POPULAR

GRUPO POPULAR
18:30 h - Palco I - São Gongão Jazz Party (Caruaru/PE, PB)
Grupo de Dança Acassá da Serra (Serra
Luzia, PB)
Mezanino I: Zabi da Loba (Niterói, PB)

MÚSICA POPULAR
22:30 h - Palco I - Tânia Cristal (PE)
Tobinho e os Cabra (PB/RJ)
Cabanula (PB)

TEATRO
20:15 h - Teatro Paulo Pontes - As Madalás
Direção: Edilson Aves

03 a 09 DE NOVEMBRO NO ESPAÇO CULTURAL

08
CULTURA POPULAR

Cia Parábola de Comédia (PB)
21:15 h - Teatro de Arena - Medusa
Direção: Antônio Guedes
Teatro Pequeno Gato (RJ)

DANÇA
19:45 h - Teatro Paulo Pontes: Quadro Meu
Direção e Interpretação: Tathiana Rangel
Coreografia: Mário Nascimento
Sem Censura Cia. de Dança (PB)

CINEMA
18:30 h - Cine Bangalú:
Mostra Competitiva de Vídeo - Bloco III
20:00 h - Cine Bangalú:
Filme: O Rêdo e Silêncio, de Paulo Helm (RJ)
20:30 h - Cine Bangalú:
Filme: Edkoi Mateu, de Eduardo Coutinho (RJ)

ARRASTÃO DE RUA - MANGABERA
16:00h - Círculo Brasileiro do Mestre Inácio das
Três Lagoas (Luziânia, PB)
Grupo de Dança Tererê/Luziânia (Luziânia, PB)
Cavalinho do Mestre Gerson (Serra,
PB)
Quem tem Boca é Pra Gritar (Luziânia, PB)
Bumbas meu Bode (Caruaru, PB)
Lulalá (Caruaru, PB)
Fonfies de Fombal (Niterói, PB)

GRUPO POPULAR
18:30 h - Praça do Povo: Cavalinho do
Mestre Gasolina (Serra, PB)
Bumbas meu Bode (Caruaru, PB)

MÚSICA POPULAR
22:30h - Palco II: Escarinho (PB)
Palco I: Frijol (RJ)
Palco II: Chico Comê (PB)

TEATRO
19:45h - Teatro de Arena - Paralela Teatro
21:15h - Teatro Paulo Pontes - Serfão
Direção: Gilberto Gaieminski
Roteiro Coreográfico: Marcelo Evlin
Grupo Demolitor e Ator Óbra (Paraná, RJ)

03 a 09 DE NOVEMBRO NO ESPAÇO CULTURAL

Anexo 5: Capa Caderno de Turismo / matéria de capa



Universidade Federal da Paraíba
Curso de Turismo
Pesquisa de Trabalho Monográfico:
*As manifestações culturais e sua relação com o Turismo
na grande João Pessoa.*

QUESTIONÁRIO

1. Nome do grupo: _____ Tipo de manifestação: _____
2. Nome do(a) entrevistado(a): _____ Apelido: _____
3. Endereço: _____ Cidade: _____ UF: _____
4. Função ou atividade desempenhada: _____
5. Manifestação cultural em questão: _____
6. Papel do(a) entrevistado(a) na manifestação: _____
7. Como surgiu a manifestação neste local?

8. Quantas pessoas atuam nessa manifestação?

_____ Homens _____ Mulheres

9. Recebe incentivo financeiro para organizar a atividade cultural?

() Não () Sim De quem? _____

10. Com que frequência a manifestação cultural é encenada?

() Ensaio espontâneo () Apenas nos períodos próprios
() De acordo com convites () Quase todos os meses
() Nunca () Outros: _____

11. Os trajes são renovados e, se são, com que frequência?

() Apenas nos períodos próprios () De acordo com convites
() Quase todos os meses () Nunca
() Outros: _____

12. Já ocorreu alguma mudança nos trajes nos últimos anos?

() Não () Sim

No caso de afirmativo, por quê? _____

13. Quem produz os trajes?

- O grupo A escola A comunidade
 O município Outros: _____

14. Os trajes tem haver com a religiosidade popular?

- Não Sim

No caso afirmativo, que santos atuam no contexto do grupo?

15. A comunidade participa?

- Não Sim

Em caso negativo, por quê? _____

Em caso afirmativo, quem participa?

- Criança Adulto Idoso

Obs.: _____

16. Dos componentes, quem mais atua na manifestação?

17. Existe neste bairro outra manifestação como esta?

- Não Sim

Qual? _____

18. Conhece alguma outra manifestação cultural neste bairro?

- Não Sim Qual? _____

19. Conhece alguma manifestação cultural que tenha desaparecido nas proximidades?

- Não Sim Qual? _____

20. Costuma receber convites para se apresentar em muitos locais?

- Não Sim De quem? _____

21. Quando recebe convite usa o mesmo traje?

- Não Sim De quem? _____

Em caso negativo, por quê muda?

22. Gosta de se apresentar em locais públicos?

- Não Sim

23. Em caso de “Sim” na questão anterior, em qual local?

- Praia Congresso Festival
 Hotel Ponto turístico Colégio
 Festa relig. Vaquejada Eventos
 Outro: _____

24. Recebe algum auxílio quando se apresenta?

- Dinheiro Alimentação
 Transporte Outros Qual? _____

25. Na ocasião, os trajes foram concertados ou renovados?

- Não Sim Qual motivo? _____

26. Se recebesse um convite levaria esta manifestação até um local turístico?

- Não Sim Qual motivo? _____

27. Se recebesse uma orientação para deixar seus trajes vistosos, para inserir novas músicas e novos adereços aceitaria?

- Não Sim

Em caso afirmativo, por quê?

OBSERVAÇÕES FEITAS PELO PESQUISADOR:

- a) A dança: _____
- b) A coreografia: _____
- c) A música (tipo): _____
- d) A vestimenta: _____
- e) Adereços: _____
- f) Quantos componentes: _____
- g) Duração da apresentação: _____
- h) Instrumentos (quais): _____
- i) Idade dos componentes: _____
- j) Tipos de calçados: _____
- k) Tipo de som (natural ou artificial): _____
- l) O grupo é oficial ou organizado pela comunidade, sem interferência doutrinária: _____
- m) Quem manda no grupo:
() Igreja () Comunidade () Prefeitura
() ONG () Associação () Artista
() Professor () Idoso da comunidade
- n) É um grupo religioso ou profano: _____
- o) Duração em eventos: _____
- p) Quem mais participa da manifestação
() Negros () Índios () Brancos
- q) Ensaios espontâneos ou orientados por líder do grupo: _____

Observações *in loco*:

Anexo 6: Artigo 216 / Constituição de 1988 - República Federativa do Brasil

SEÇÃO II Da Cultura

Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1º O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

§ 2º A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I – as formas de expressão;

II – os modos de criar, fazer e viver;

III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

§ 1º O poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação.

§ 2º Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem.

§ 3º A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.

§ 4º Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei.

§ 5º Ficam tombados todos os documentos e os sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos.

Anexo 7: Revista Isto É – Carnaval S/A

Anexo 8: Panfleto Vem Viver a Paraíba



DEM VIVER A PARAÍBA

VERÃO 2004

Neste verão, no Centro Turístico de Tambaú, a Paraíba vai ferver com o mais novo Pólo de Animação Cultural. É o Vem Viver a Paraíba. Exposição de maquetes dos pontos turísticos do Estado, apresentação de grupos folclóricos, quadrilhas juninas, cantores regionais, feira de cordel, exposições de artesanato e muito mais. Não perca.

Exposições permanentes	Até o dia 29/02, das 8hs às 21hs.
Apresentações	Sábados e domingos, das 17h às 21hs.

Vem Viver a Paraíba foi feito para você.

Apoio Cultural
CAIXA
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

Realização
**GOVERNO
DA PARAÍBA**
Estado em movimento
www.paraiba.pb.gov.br

Anexo 9: Matéria publicada em O Norte – Forró na Praia

EMPRESA PARAIBANA DE TURISMO S/A

ASSESSORIA DE IMPRENSA

CADERNO: CADERNO 2

VEÍCULO: CORREIO DA PARAIBA

DATA: 17/4/2004

FORRÓ NA PRAIA

Evento reúne música e artes plásticas no Centro Turístico

O ritmo do forró paraibano tomará conta, neste final de semana, do Projeto "Vem Viver a Paraíba", que está sendo realizado pela Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR), no Centro Turístico de Tambaú. As duas principais atrações são Os Filhos do Forró (que se apresenta hoje) e os Três do Nordeste (com show previsto para amanhã).

O evento apresenta a essência da cultura paraibana em shows que são realizados sempre a partir das 17h. No sábado, a primeira atração será os Brincantes e a Nega Maluca. Em seguida se apresenta a Banda Filarmonica, e o grupo folclórico Tenente Lucena. A quadrilha Junina Paraíba vem em seguida. Os Filhos do Forró encerram a programação de hoje.

Amanhã, a Banda Filarmonica inicia a programação. O Pastoril da Melhor Idade será um dos destaques do dia. Os Brincantes e a Nega Maluca retornam ao palco neste dia, seguido da apresentação do Grupo Amigos. No encerramento mais forró, desta vez com o grupo Os Três do Nordeste. Os shows fecham a progra-



Trabalhos de artistas plásticos paraibanos estão expostos no Centro Turístico de Tambaú

mação sempre às 21h.

Turismo

O Vem Viver a Paraíba tem como objetivo principal reunir os artistas locais e os principais pontos turísticos num só ambiente. A presidente da PBTUR, Cléa Cordeiro, destaca que o evento também faz parte do trabalho que o Governo do Estado vem realizando para interiorizar o turismo para-

bano. "Estamos divulgando o turismo praticado no interior", disse a executiva.

A Mostra retrata o turismo de aventura, ecológico e religioso, além das festas populares, como o Maior São João do Mundo. Réplicas produzidas pelo artista plástico Pecê revelam a riqueza de pontos turísticos como o Vale dos Dinossauros (Sousa), as Pedras de Itacoatiaras (Ingá),

o Lajedo de Pai Mateus (Cabaceiras) entre outros.

O projeto promovido pela PBTUR tem o apoio cultural da Caixa Econômica Federal e se estenderá até o final da alta estação. Os shows serão promovidos apenas durante os finais de semana, mas os turistas e a população local podem visitar a Mostra durante todos os dias da semana, a partir das 8h00.

Anexo 10: Folder de programação (Grupo Tenente Lucena – Sesc)

PROGRAMA DO ESPETÁCULO
GRUPO DE DANÇAS FOLCLÓRICAS DO SESC
TENENTE LUCENA



A Marca do Folclore da Paraíba

Anexo 11: Calendário de programação (Grupo Tenente Lucena – Sesc)

APRESENTAÇÕES DO GRUPO FOLCLÓRICO DO SESC, NA SEMANA DO FOLCLORE

Dia 19 - Quinta-feira	LOCAL: - COMUNIDADE DE MANGABEIRA HORAS: - A PARTIR DAS 19H00 REFERÊNCIAS: Rua Maria das Dores Alves da Silva, 80 - Mangabeira por Dentro, perto do Terminal dos ônibus 301
Dia 20 - Sexta-feira	LOCAL: - AREA DE LAZER DO SESC Centro JPA HORAS: - 09H00 - 14H30 - 19H00 ENTRADA FRANCA
Dia 21 - Sábado	LOCAL: BAR DO DÃO, em Bayeux HORAS - A partir das 19h00 REFERÊNCIA - Bar do Dão, próximo ao cemitério
Dia 22 - Domingo	LOCAL: ESPAÇO CULTURAL - DOMINGO COM ARTE HORAS: A partir das 15h00 REFERÊNCIA
Dia 23 - Segunda-Feira	LOCAL: SHOPING TAMBIA HORAS: As 18h00 REFERÊNCIA: Centro de João Pessoa
Dia 24 - Terça-feira	LOCAL: ÁREA DE LAZER DO SESC Centro JPA HORAS: 13H00 REFERÊNCIA:
Dia 24 - Terça-feira	LOCAL: SHOPING SUL HORAS: 18H99 REFERÊNCIA - Conjunto Bancários
Dia 25 - Quarta-feira	LOCAL: COLÉGIO JOÃO XXIII HORAS: 15H00 REFERÊNCIA - Roger
Dia 26 - Quinta-feira	LOCAL: COLÉGIO MOTIVA HORAS: 09H00 REFERÊNCIA
Dia 26 - Quinta-feira	LOCAL: PRAIA DO POÇO - GRUPO DA MELHOR IDADE HORAS: 15H00 REFERÊNCIA
Dia 27 - Sexta	LOCAL: COLÉGIO VIVA VIDA HORAS 14H00 REFERÊNCIA
Dia 27 - Sexta-feira	LOCAL: COLÉGIO DUQUE DE CAXIAS HORAS: 19H00 REFERÊNCIA: Conjunto Costa e Silva

Anexo 12: Letra de uma das cirandas de João grande

CIRANDAS DE JOÃO GRANDE

1

SOLISTA - Boa tarde, o povo paraibano,
Fui a Copacabana
Eu sou brasileiro.

CORO - Moça de hoje
Só fala em namorar
Adele quer se casar
Com um rapaz que é cirandeiro.

2

SOLISTA - Da Paraíba (pra baixo?)
Padre, doutor, se acaba governador
Sou o chefe da Nação!

CORO - Quando algodão deixar
De botar fulô (?)
O que tem o meu amô
Deixei de cantar baião.

3

SOLISTA - Sou eu, Zezé,
Sou banha, sou brilhantina!
Sou eu, Zezé,
Namorado das menina!

CORO - Sai de casa
Pra brincar uma ciranda
Na outra banda
Meu coração determina.

Anexo 13: Folder de evento: Fórum de Turismo promovido pela Asper e FAP

I FÓRUM DE TURISMO DA ASPER E FAP



O TURISMO DA PARAÍBA
na Perspectiva da Sustentabilidade

PROGRAMAÇÃO

19:00 - Abertura

19:30 - Palestra: "O turismo da Paraíba na perspectiva da sustentabilidade"
Palestrante: Professor Phd. Giovanni Farias Seabra

20:00 hs - Debate

21:00hs - Posse do Diretório Acadêmico de Turismo da Asper

21:30hs - Apresentação de grupos folclóricos

Coquetel

Anexo 14: Mestre Gasosa do Cavalo Marinho (10 de fevereiro de 2002)

