

RELAÇÃO ENTRE FOLCLORE E TURISMO – PRESENÇA DE MANIFESTAÇÕES DA CULTURA POPULAR EM FESTAS RELIGIOSAS DA PARAÍBA¹

Gutemberg Cardoso da Silva²

Luiz Ernesto Brembatti³

RESUMO: O objetivo dessa pesquisa foi investigar a relação do folclore como atração turística e de explorar uma nova visão do sentido de valorizar a cultura popular brasileira. As festas populares como fator de motivação de viagem ao turista que busca experiências autênticas e culturais. A devoção a Nossa Senhora do Perpétuo Socorro e a relação com a cultura popular. Interfaces entre folclore e turismo nos cenários da cultura popular e suas manifestações culturais, e a percepção como produto comercial do turismo. O folclore, o conceito de Câmara Cascudo (1967), classificação e identificação, e a introdução de conhecimentos ao turismo local, que com a vasta diversidade cultural e com várias festas populares, são fatores que contribuem para o desenvolvimento local. O método utilizado para a realização dessa pesquisa foi o qualitativo, e a metodologia empregada foi a de estudo de caso, com o auxílio do uso das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, para a coleta e análise de dados e informações. Por fim, o instrumento que tem contribuído para a disseminação do folclore e das mais diversas manifestações populares é o turismo fazendo uso desses elementos da cultura popular com o objetivo de promover experiências e vivências, como as artes, a literatura, a música e a gastronomia.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; Folclore; Cultura popular.

INTRODUÇÃO

A discussão sobre a relação entre turismo e folclore deve-se orientar sob as possibilidades de o turismo constituir um fator significativo ou não de desenvolvimento local, o que, pela abrangência e complexidade da tarefa, não cabe nas pretensões e dimensões deste trabalho. Todavia, é o caminho, os primeiros passos para construção de uma agenda que se apresenta urgente em tempos de repensar os paradigmas que até então banalizaram a atividade turística nas localidades onde é implantada. (MARTINS, 2003, p.35)

Para Pellegrino Filho (1997):

O desenvolvimento do turismo, no Brasil, fez sentir que muitas manifestações do folclore ou cultura popular podem integrar-se ao elenco de ofertas

¹ Trabalho apresentado no GT – História e Cultura no Turismo do Fórum Internacional de Turismo do Igarassu – Foz de Iguaçu -PR, realizado de 30 de novembro a 02 de dezembro de 2022. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

² Administrador (Estácio), Turismólogo (UFPB) e Relações Públicas (UFPB), aluno do Programa de Pós-graduação em Turismo da UFPR. E-mail: gutorp@outlook.com

³ Professor do Programa de Pós-graduação em Turismo da UFPR. Doutor em Sociologia pelo Università Degli Studi di Trento, Itália (2008). E-mail: lebramba@gmail.com

diferenciais. Por outro lado, é preciso reconhecer-se que as pesquisas e os estudos sobre a cultura popular sempre estiveram atrasados em relação a outros países capengando em relação a rigores metodológicos. (PELLEGRINI FILHO, 1997, p. 121)

O turismo é uma importante manifestação cultural, que interliga as relações entre turistas e as culturas locais por meio da experiência, vivenciando as tradições, e as reinvenções de tradições, e sua multiculturalidade.

Folclore para Câmara Cascudo define-se como:

“Todos os países do mundo, raças, grupos humanos, famílias, classes profissionais possuem um patrimônio de tradições que se transmite oralmente e é defendido e conservado pelo costume. Esse patrimônio é milenar e contemporâneo. Cresce com os conhecimentos diários desde que se integram nos hábitos grupais, domésticos ou nacionais. Esse patrimônio é o folclore”. (Luís Câmara Cascudo, 1967)

Assim, reconhecer a importância do desenvolvimento de formas de turismo que recorram à cultura e ao patrimônio cultural como atrativos, torna-se um fator primordial para que produtos e destinos turísticos desenvolvam-se em consonância com as novas tendências mundiais de desenvolvimento social, econômico e turístico – maximizando a geração de resultados positivos para a sociedade – e para que haja a agregação de valor à experiência do turista e ao produto turístico. (SANTOS, 2006, p. 03)

O objetivo deste artigo é propor uma nova visão para o fazer turístico no sentido de valorizar o que originalmente é do Brasil e precisa ser divulgado, que é a cultura popular, o folclore. O território brasileiro apresenta uma diversidade cultural, por sua geografia continental, que apresenta diferentes manifestações, na religiosidade, na culinária, nas obras de arte populares nas tradicionais festas populares, que são exploradas pelo turismo, o que por si só, já constitui uma alternativa viável e concreta de desenvolvimento local.

O presente trabalho está organizado em seções: A primeira traz o folclore como atração turística; a segunda mostra o potencial das festas populares como fator de atração e motivação de turistas a viajar e vivenciar experiências culturais autênticas; a terceira seção é apresentada a festa da padroeira de Casserengue-PB, que é o estudo de caso em questão; na seção seguinte o trabalho trás as manifestações da cultura popular e sua classificação segundo Luyten(1988). Segue-se com a a

metodologia usada nessa pesquisa e as considerações obtidas após a realização do estudo.

O FOLCLORE COMO ATRAÇÃO TURÍSTICA

O conceito de cultura complementa o de sociedade. Definido sociedade como o que se refere a um conjunto de indivíduos identificados como membros de um grupo social, que inclui minimamente a ambos os sexos e a diferentes gerações, ou a uma família realizando o processo social total, ou a várias famílias nucleares desenvolvendo relações orgânicas comuns, a cultura refere-se às obras dos homens, portanto, aos conteúdos e símbolos que governam estas relações e que dão significado e continuidade a ação social. (MARTINS, 2003, p.44)

O Brasil é um país comumente explorado pela mídia, agentes de viagem, entre os diversos profissionais do turismo, como um país reconhecido pela diversidade do seu artesanato, suas comidas típicas, suas belezas naturais e o seu folclore.

No entanto, segundo DA MATTA (1981, p.3)

“No sentido antropológico, portanto, a cultura é um conjunto de regras que nos diz como o mundo pode e deve ser classificado. Ela, como os textos teatrais, não pode prever completamente como iremos nos sentir em cada papel que devemos ou temos necessariamente que desempenhar, mas indica maneiras gerais e exemplos de como pessoas que viveram antes de nós os desempenharam. Mas isso não impede, conforme sabemos, emoções. Do mesmo modo que um jogo de futebol com suas regras fixas não impede renovadas emoções em cada jogo”.

No Brasil há uma grande diversidade cultural, visivelmente plural, reconhecida pela diferença entre suas grandes regiões. Sendo assim, o processo de comunicação por permear as relações, precisa ser contextualizado para não dar margem às interpretações erradas.

“Não há melhor laboratório para a observação do fenômeno comunicacional do que a região. Uma região é o palco em que, por excelência, se definem os diferentes sistemas de comunicação cultural, isto é, do processo humano de intercâmbio de ideias, informações e sentimentos, mediante a utilização de linguagens verbais e não-verbais e de canais naturais e artificiais empregados para obtenção daquela soma de conhecimentos e experiências necessárias à promoção da convivência ordenada e do bem-estar coletivo”. (BELTRÃO, 2001, p.153)

Os brasileiros, todos por mais longe que morem e habitem em outras regiões, conseguem interpretar as diversas manifestações culturais e folclóricas, mesmo não sendo sua totalidade. Trata-se de um fenômeno e um privilégio interpretar e compreender a cultura, o que os estrangeiros, não percebem o Brasil como um país é misto e multicultural: a cultura do Norte é diferente do Nordeste, que é diferente do Sul e do Sudeste.

O processo de globalização não unifica as culturas, mas ressalta as diferenças culturais existentes. O turismo aproveita essa diversificação cultural de cada lugar para atrair turistas, pessoas que buscam um turismo mais diversificado e particular nas experiências.

O turismo proporciona uma relação direta com as tradições locais que são a base da cultura popular, e leva o turista a sair do seu cotidiano e vivenciar o diferente. Poucos autores escrevem sobre a cultura popular brasileira, você não encontra muitas fontes sobre história e as manifestações populares.

As identidades, seja local, regional ou étnica, tem se tornado algo essencial para garantir uma sensação de pertencimento, criar relações, e dá a sensação de segurança no sentido de ter os mesmos costumes, hábitos, um local que traz recordações e informações, em meio a tantas mudanças que a sociedade contemporânea vem passando.

O conceito de identidade implica o sentimento de pertença a uma comunidade imaginada, cujos membros não se conhecem, mas partilham importantes referências comuns: uma mesma história, uma mesma tradição. Onde, nessa sociedade massificada, o aparecimento das tribos urbanas, comunidades imaginadas que reúnem em torno de símbolos como marcas de roupa, de calçado, conjuntos musicais, organizações ecológicas etc. (Maffesoli apud BARRETTO, 2000, p. 46)

Para que as experiências aconteçam de maneira proveitosa, é necessário criar um vínculo com a comunidade local e seduzir o turista lhe oferecendo, ou lhe mostrando aquilo que a comunidade receptora tem de melhor e que representa a sua identidade. O turista está sempre buscando o original, autêntico, como forma de vivenciar o destino na sua complexidade, particularidade, tradições e costumes, o que garantirá a vivência de uma experiência única. fazendo com que, diferente, fazendo

assim que ao retornar para casa, fique o desejo de voltar ao destino para ter a experiência outras vezes, ou recomendá-la a outros.

O turismo tem uma relação muito forte com o folclore, historicamente comprovada, tornando-se propagador do folclore e da cultura local contribuindo para o crescimento da economia, melhorando a qualidade de vida das mais diversas pessoas da localidade.

AS FESTAS POPULARES

As festividades do povo são um forte atrativo turístico, geram fluxo e movimentam a economia local e regional, e promovem a experiência de viver a cultura da comunidade receptora, seja no âmbito ecológico, histórico, estético, religioso, econômico, social e político. As regiões têm potencial de realizar rotas ou ciclo de eventos populares evitando a sazonalidade turística, no período da baixa estação ou em períodos sem fluxo nos destinos, funcionando como fator de motivação.

As festas, costumes, danças, folguedos, histórias orais, podem servir para atrair mais atenção e o interesse de muitas pessoas para conhecerem um pouco mais do lugar e destes costumes, muitas vezes, inclusive, despertando nelas um desejo íntimo de vivenciarem a festa, junto com a própria comunidade. Isto é possível quando uma cidade, consciente do seu potencial, resolve, com organização e parcerias, transformar estas manifestações culturais em atrativo turístico, possibilitando, assim, oportunidades de negócios e empregos além da valorização da arte e identidade local. (MARTINS, 2003, p.64)

Para Santos (2006, p;02) o turismo cultural tem sido recentemente apontado como estratégico para o desenvolvimento do turismo tanto no cenário nacional quanto internacional, não apenas porque a sociedade tem sinalizado um maior conhecimento e valorização de seu patrimônio natural e cultural, mas também porque algumas transformações contemporaneamente instauradas no contexto internacional têm contribuído para a modificação de paradigmas, de visões de mundo, de interesses entre outros.

Para que o turismo se desenvolva nesse segmento específico, ele faz uso da cultura e do patrimônio cultural, que são sua base de atração e motivação do turista a visitar o lugar, conhecer a história e vivenciar a experiência, em busca das trocas,

conhecer novos significados, valores e uma sociedade diferente do habitual, em sua essência cultural.

A multiculturalidade popular brasileira possibilita o fazer turístico e o torna aprazível, e os roteiros já existentes podem se configurar como propulsores determinantes para isso. O turismo é o incentivador, peça-chave de exploração dos potenciais regionais. As fronteiras que a cultura impõe são o reforço do novo, que a experiência se obterá uma nova vivência a partir da observação e a experiência com o novo.

Segundo WAINBERG (2001, 67):

A experiência turística é um fenômeno sensório e como tal carrega consigo a subjetividade do observador. O objeto da indústria turística, por isso, além do fenômeno da diferença do produto embalado como atração, é também o fenômeno do consumidor e seu aparato perceptivo que filtrará a experiência e a avaliará.

Em nosso país, sente-se a necessidade de aproveitar as riquezas da cultura popular, registrá-las e transformá-las em atração turística, porque elas têm potenciais e são únicas, muitas vezes momentos que podem ser vividos apenas uma vez por ano, como é o caso das festas populares. Deve ser ter a ponte entre o turista e cultura local, e ela deve ser construída pela comunidade detentora de tais atributos culturais, convidando, recepcionando e regradando o limite de pessoas para não se tornar uma festa massiva sem sentido.

O turista tende em refazer em suas viagens (...) aquela aventura a que já se vinha acostumando desde a infância. (...) há no turista aquela indispensável dose de romantismo que há em todo homem, romantismo no bom sentido: volta as origens, a busca do desconhecido, à procura de emoções diferentes. (...) Mas (...) o turista sente uma necessidade incrível de documentar sua vivência turística. (...) Ele necessita trazer consigo (...) uma prova provada, palpável de que realmente andou por terras "da Oropa(sic), França e Bahia" (...) O que deseja é que o objeto seja o que se considera ou se acha próprio, típico ou característico daquele lugar ou região. (MELO, 2008, p. 223)

A verdadeira conexão do indivíduo com o espaço que habita e transita, que visita ou que convive diariamente, se faz pela apropriação dos símbolos e significações culturais cristalizadas e expressadas pelos elementos culturais presentes nesse espaço. Mas, essa conexão e essa apropriação dependem do processo do "fazer cultural", do posicionamento do indivíduo na sociedade como ser histórico, do

comprometimento deste, por meio da valorização de seu patrimônio cultural – que nada mais é do que a valorização de sua essência – com a realidade que o cerca. (SANTOS, 2006, p. 13)

As festas devocionais que celebram a vida dos santos constituem-se num dos principais atrativos turísticos do Brasil, sendo hoje grande motor do turismo nacional. Esta afirmativa serve para ressaltar a grande importância do estudo das festas folclóricas religiosas e/ou profanas, buscando, com isto, o reconhecimento de seus símbolos e características para incentivar seu possível uso no turismo. (MARTINS, 2003, p.69)

METODOLOGIA

Como lazer e turismo são campos de estudo relativamente novos, há a necessidade de mapear o território. Por essa razão, grande parte da pesquisa descritiva da área pode ser considerada exploratória: procura descobrir, descrever ou mapear padrões de comportamento em áreas ou atividades que não foram previamente estudadas. Explicações sobre o que é descoberto, descrito ou mapeado são, em geral, deixadas para ser trabalhadas em um próximo trabalho ou para outros pesquisadores. (VEAL, 2011, p.29)

A pesquisa possui uma abordagem qualitativa, que como Karla Henderson (1991, p.132) colocou, “[...] o pesquisador que utiliza a abordagem qualitativa não está preocupado com a adequação de números ou com amostragem aleatória, mas tentando apresentar um retrato da estrutura social mais ampla, onde as observações são feitas”. A pesquisa se caracteriza como aplicada em que ela objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigidos à solução de problemas específicos, envolvendo verdades e interesses locais. O método utilizado para a realização dessa pesquisa possui enfoque sistêmico, e a metodologia empregada foi a de estudo de caso, com o auxílio do uso das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, observação participante, para a coleta e análise de dados e informações.

A partir da pesquisa exploratória foi possível identificar os principais critérios, as mediações, compreender o processo de comunicação local, contexto da linguagem, os valores e o tratamento dado a informação.

A abordagem qualitativa da pesquisa normalmente não se preocupa com números. Envolve a coleta de uma grande quantidade de informações sobre um pequeno número de pessoas, em vez de uma pequena quantidade de dados sobre um grande número de pessoas. A informação coletada não é, geralmente, apresentada de forma numérica. É usada quando completa compreensão do comportamento e das situações de alguns indivíduos, por mais “não representativos” que possam ser, é necessária, mais do que um entendimento limitado de um grupo grande e “representativo”. (VEAL, 2011, p.76)

Segundo (VEAL, 2011, p.76) os métodos usados para coletar informação qualitativa incluem entrevistas informais e aprofundadas e observação participante. No decorrer da pesquisa os instrumentos de coleta de dados utilizados foram: Observação participante, em que buscou identificar o potencial turístico e cultural de Casserengue e a apropriação dos instrumentos mediadores das manifestações culturais presente no campo de estudo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Na Paraíba, diversas manifestações traduzem a cultura local como: o forró que se tornou símbolo, o algodão colorido, a renda, a tapioca, a cachaça brejeira e a fé religiosa do povo paraibano nos santos de devoção popular, que traduzem este sentimento.

Em Casserengue, município paraibano que dista 152km de João Pessoa, existem alguns monumentos e festividades que compõem o patrimônio histórico-cultural da cidade, heranças culturais, a variedade de literaturas de cordel, gastronomia local, grupos de forró, festividades locais de emancipação, festas juninas, festividades religiosas dos santos padroeiros e do calendário católico que seguem como tradição do povo, e que segue atraindo diversos públicos seja pela fé, curiosidade ou sensação de pertencimento.

Os saberes populares e a cultura popular está presente em Casserengue desde a história do seu nome, segundo os moradores antigos, o nome Casserengue surgiu muito antes da formação do povoado, fala-se que viajantes de outras localidades da região, ao saírem em viagem que cruzavam do brejo ao Curimataú, pernoitavam naquela localidade, e durante a estadia naquele lugar percebiam nas árvores ficavam úmidas, e suas folhas ficavam molhadas. Diante dessas observações, os viajantes

comentavam entre si, o seguinte: “Aqui custa a chover, mas toda noite Cai Sereno”, falaram isso a um padre antigo da região que batizou o lugar de Sítio Cai Sereno, após alguns anos, surgiu então o nome Casserengue. E em 29 de abril de 1994, desmembrou-se o distrito de Casserengue do município de Solânea, e sua instalação se deu em 1 de janeiro de 1997.

FIGURA 01- Mapa da Paraíba – Localização de Casserengue



Fonte: Arquivo retirado do site Wikipédia (2022)

Para quem mora na cidade, o mês de outubro é a oportunidade de sair às ruas, em passos largos, e se juntar aos devotos na procissão que acontece todos os anos em devoção a Senhora do Socorro. As preces, cantos e orações dirigidas a santa durante os festejos religiosos e a construção de uma igreja em sua homenagem, são testemunhos da fé religiosa do povo de Casserengue.

FIGURA 02- Procissão de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro - 2019



Fonte: Arquivo pessoal do pesquisador (2022)

A devoção a Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, iniciou por meio do Padre José Fidélis, quando celebrou a primeira missa embaixo de um Juazeiro, em 1º de maio de 1962, onde geralmente eram celebradas as missas no lugar. Em visitas de Frei Damião até a comunidade, ele recomendava a população que a igreja deveria ser construída próximo à esquina da atual Rua Raimundo Soares com a Durval da Costa Lira. Mas, assim não aconteceu, o José Bento, homem de influência na época, dono de padaria e casas a alguns metros daquele lugar, construiu a igreja próxima a suas propriedades.

A primeira imagem da padroeira foi doada por José Macena da Silva, trazida da Bahia em 18 de outubro de 1978 e se encontra na igreja- mãe até hoje, dia em que se comemora a Festa da Padroeira. Já o quadro original veio do Vaticano, e a réplica do quadro original foi doada por Dom Antônio Muniz e entregue a população e exposta na nova Igreja Matriz em 12 de outubro de 2003, data de sua inauguração.

FIGURA 03 – Imagem de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro



Fonte: Arquivo pessoal do pesquisador (2022)

No ano de 2022 a festa comemora seus 44 anos, durante todos esses anos, a festa acontece de 09 a 18 de outubro, sendo a maior festa da cidade atraindo diversas pessoas região, que vem no intuito de professar a sua fé a Senhora do Perpétuo Socorro, pagando promessas, em busca de bênçãos e realizando romarias. Nesse período pode-se notar e sentir que a fé do povo casserenguense é forte e viva.

MANIFESTAÇÕES DA CULTURA POPULAR ENCONTRADAS EM CASSERENGUE

A classificação dos mais diversos tipos de manifestação de cultura popular, acaba que detalhando os conteúdos complexos e os meios massivos, e faz uma interpretação de acordo com as características e valores tradicionais, com detalhes próprios e peculiares.

A representação da cultura, segundo Ferrara (2002), dá-se através do uso de símbolos, que propiciam a compreensão da manifestação cultural e que naturalmente sofrem ressignificações, de acordo com a natureza, modo ou forma que se apresentam.

Esses símbolos que representam a essência de uma determinada manifestação cultural - dinâmica - para se expressarem de forma mais concreta, materializam-se em bens culturais, que independente de já terem sido reconhecidos ou não, constituem elementos do patrimônio cultural (SANTOS, 2006, p. 05)

Foi feita uma comparação entre os elementos da cultura popular elencados por LUYTEN (1988, p. 9), e as manifestações existentes em Casserengue, identificadas através da observação participante de um dos autores. Segundo Luyten, as manifestações culturais se apresentam em formas: oral, escrita, gestual e plástica. E elas podem ser:

- Apresentação oral: trava-línguas, anedotas, provérbios, contos, cantorias.
- Apresentação escrita: literatura de cordel, pasquins, frases de para-choque de caminhão e outros.
- Apresentação gestual/cinética: teatro de bonecos, mamulengo, bumba-meu-boi, malhação de Judas etc.
- Apresentação plástica/icônica: pinturas, ex-votos, cerâmica, carrancas e artesanato em geral.

Essas manifestações foram identificadas em Casserengue, durante a festa de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, através de observação participante, em 2019, dos diferentes gêneros, tipos e formatos presentes nas classificações de Luyten (1988) e Marques de Melo (2008), tendo sido reelaboradas pelo autor.

TABELA 1 – QUADRO DE MANIFESTAÇÕES PRESENTES NA FESTA DE N.S. do PERPETUO SOCORRO DE CASSERENGUE- 2019

GÊNERO	FORMATO	TIPO
ORAL	REZA	Sermão – Bendito - Ladainha
ORAL	RUMOR	Boato – Fofoca
VISUAL	IMPRESSO	Cordel - Oração milagrosa- Volantes publicitários
VISUAL	PICTOGRÁFICO	Adesivos - Camisetas personalizadas
PLÁSTICA/ICÔNICA	DEVOCIONAL	Amuleto - Imagem de santo - Medalha

PLÁSTICA/ICÔNICA	DIVERSIONAL	Brinquedos artesanais
PLÁSTICA/ICÔNICA	DECORATIVO	Bordados - Enfeites
GESTUAL/CINÉTICA	NUTRITIVO	Bolos – Biscoitos - Pães
GESTUAL/CINÉTICA	CELEBRAÇÃO	Procissão - Peregrinação
GESTUAL/CINÉTICA	DISTRAÇÃO	Quermesse
GESTUAL/CINÉTICA	FESTEJO	Festas religiosas - Forró

Fonte: Elaborado pelo autor, baseado na classificação de Marques de Melo de 2008. (2022)

A experiência turística, neste caso, só se pode ser vivida uma vez por ano. A igreja está todos dias aberta na cidade, mas para vivenciar a procissão, as romarias, os cânticos próprios e a visualização clara da tradição e da fé de um povo, isso só acontece em outubro, como também a feirinha, a quermesse, as comidas e o parque de diversão com a barca e as bolas gigantes, você pode encontrar em outros lugares, em datas diferentes, mas somente na Festa da Padroeira apresenta fervor e clima de devoção religiosa com manifestação da cultura popular do lugar, o que certamente não acontece só em Casserengue, mas em várias comunidades do interior nordestino.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

A globalização tem acelerado e alterado as manifestações da cultura popular e conseqüentemente modificando as culturas. A tradição, principal característica do folclore, parece sobreviver às transformações da tecnologia, da globalização e da tendência à padronização cultural, exatamente por suas raízes populares, pela força coletiva expressa nos costumes locais.

Um dos riscos da modernidade e da globalização é o apontado por Debord (1967) na espetacularização dos eventos e transformação de cenários, figurinos, visando tornar a manifestação folclórica em evento midiático para os turistas. Outro risco é a mercantilização do folclore, apontado por Jean Baudrillard (1991), como um dos efeitos da sociedade pós-moderna, tornando o autêntico em simulacro. Desta forma os turistas veriam apenas simulacros culturais, ao invés de vivenciarem experiências originais e autênticas.

Com tantos efeitos da modernidade, a proteção desses bens culturais e imateriais tem se tornado uma dificuldade, pois se não tiver o devido cuidado, pode-se cristalizar e tornar artificial as manifestações, e lhes tirando o devido significado. Os estudos futuros desta relação entre turismo e folclore devem contemplar seguramente as implicações destes riscos de transformação apontados e perda de autenticidade.

Com o passar do tempo, avanço das tecnologias e crescimento das cidades, essas tradições/manifestações tem se tornado únicas e raras. Logo, o turismo tem se interessado por essa autenticidade, por questões mercadológicas e com o objetivo de registrar e proteger essas manifestações culturais, e deve ser incentivado como forma de minimizar impactos.

Compreender essa perspectiva facilita a implementação de medidas que minimizam os efeitos negativos do turismo e maximizam os seus benefícios, alcançando assim o desenvolvimento do turismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil, e em particular a Paraíba, tem condições de investir nessa área devido ao grande potencial cultural existente. Em várias cidades deram certo e puderam trazer desenvolvimento econômico e na qualidade de vida das pessoas da localidade.

Muitas vezes o que se tem de melhor não é divulgado, e os turistas que decidem vir só descobrem na hora que chegam, porém, poderia atrair muito mais pessoas, um litoral belo, sol praticamente o ano inteiro, uma culinária riquíssima e sem falar no folclore.

A cultura popular perpetua as formas de pensar, cantar e viver de um povo tradicional e simples, compõe o conjunto das manifestações culturais que existem em cidades, estados e no país. É notório que falta investimento e vontade de crescer através do desenvolvimento turístico e cultural, além de privilegiar o patrimônio natural e cultural de cada lugar.

O instrumento que pode contribuir para a disseminação do folclore e das mais diversas manifestações populares é o turismo. Ele faz uso desses instrumentos da cultura popular com o objetivo de promover experiências autênticas, como as artes, a

literatura, a música, a gastronomia e outros. Contudo, ainda pouco se fala de cultura popular e folclore no geral. As festas locais e tradicionais, essas que são ricas de cultura popular como a festa de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro de Casserengue-PB, ainda aparecem muito pouco e sem destaque algum.

Se faz necessário ver as oportunidades que o país proporciona para a troca de informações e nativos, a fim de divulgar a cultura popular local que existe, perpetuando para novas gerações e para o marketing turístico do Brasil.

REFERÊNCIAS

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas, Papyrus, 2000.

BAUDRILLARD, JEAN. **Simulacro e Simulação**, Lisboa, Ed. Antrophos, 1991.

CAMARA CASCUDO, Luis. **Folclore do Brasil**: Pesquisas e Notas, GLOBAL Ed. 1967.

DA MATTA, Roberto. **Você tem cultura?** Rio de Janeiro; Jornal da Embratel.1981.

DEBORD. G. **A Sociedade do Espetaculo**, Rio de Janeiro, Ed. Contraponto, 1997.

HENDERSON, Karla A. et al. **Dimensions of choice: A qualitative approach to recreation, parks, and leisure research**. Venture Publishing, Inc., 1991.

LUYTEN, Joseph M. **Sistemas de comunicação popular**. São Paulo: Ática, 1988.

MARTINS, Clerton (Org). **Turismo, Cultura e Identidade**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Record, 2003

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo, Paulus, 235 p. 2008

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Ecologia, cultura e turismo**. 2 ed. Campinas: Papyrus, 1997

SANTOS, Maria Helena Mattos Barbosa dos et al. **A importância das Políticas Públicas para o desenvolvimento do turismo cultural em Florianópolis e Porto Alegre**. 2006.

VEAL, Anthony J. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo**. São Paulo: Aleph, 2011.

WAINBERG, Jacques. **A Anotações para uma teoria do turismo**. GASTAL, Susana (org). Turismo: 9 propostas para um saber-fazer. 2ª ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2001b.p. 51-76.