

Papangus como ferramenta folkcomunicacional do turismo em Bezerros (PE)

*Eliana Maria de Queiroz Ramos¹
Betânia Maciel²*

Resumo: O objetivo deste trabalho foi analisar o Papangu de Bezerros (PE) – brincadeira carnavalesca – como ferramenta folkcomunicacional do turismo cultural no contexto de folkmarketing, como apropriação de elementos da cultura popular por instituições públicas e privadas com fins comunicacionais, mercadológicos e institucionais, e se são utilizados adequadamente, visando planejamento e gestão em turismo cultural. O folguedo ganhou projeção na mídia e foi apropriado pela política de regionalização do turismo. Procurando saber como se dá o uso da *persona* papangu como atrativo cultural e ativação do patrimônio cultural para atração turística em Bezerros, foi feito um estudo de caso usando pesquisas documentais quantitativa e qualitativa, com entrevista semi-estruturada em duas etapas: a primeira com turistas durante o carnaval de 2008, e a segunda com pessoas do poder público, da iniciativa privada e artesões para identificar como funcionam as políticas públicas entre os atores sociais.

Palavras-chave: Comunicação; Cultura; Folkcomunicação; Folkmarketing; Turismo Cultural.

Abstract: The aim of this work was to analyze the “Papangu” from Bezerros, Pernambuco – a carnival trick – as cultural tourism folkcomunicacional tool in folkmarketing context, as appropriation of elements of the popular culture for public and private institutions with communicational, marketing and institutional ends, and if they are used adequately, aiming planning and management in cultural tourism. The “folguedo” gained projection in the media and was appropriated by the tourism regionalization politics. Looking for knowing how the use of the “Papangu” *persona* is done as cultural attractive and cultural patrimony activation for tourist attraction in Bezerros, a case study was made using quantitative and qualitative documentary reseaches, with half-structured interview in two stages: the first with tourists during the carnival of 2008, and second one with people from the public power, the private initiative and craftsmen to identify how the public politics works among the social actors.

Keywords: Communication; Culture; Folkcommunication; Folkmarketing; Cultural Tourism.

Depois que a mídia começou a divulgar o carnaval da cidade, a partir da década de 1990, o município de Bezerros, no agreste pernambucano, surgiu no cenário nacional como a “Terra dos Papangus”, espécies de mascarados brincantes que desfilam no domingo de carnaval e só ocorrem lá. Da parte governamental, Bezerros foi considerado destaque devido ao envolvimento

¹Jornalista, pós-graduanda em Planejamento e gestão em Turismo Cultural da Esurp e aluna especial do Mestrado em Extensão Rural e desenvolvimento Local. E-mail: Eliaqueiroz@oi.com.br.

²Doutora em Comunicação pela Metodista de São Paulo, Mestre em Comunicação e Administração Rural pela UFRPE, Pedagoga e professora do Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da UFRPE.

e ao comprometimento das entidades públicas, da iniciativa privada e da comunidade no processo de implantação da política de turismo interno.

Isto só foi possível a partir da divulgação do papangu como elemento folkcomunicação porque os bezerrenses apropriam-se dos recursos governamentais, trazidos para desenvolver o turismo, e submetem-no à própria política cultural, tornando-se sujeito ativo, protagonista da realização da política estatal (ANDRADE, 2004). O Papangu apresenta caracteres do gênero folkcomunicação icônico decorativo e cinético no formato folguedo. Se a manifestação da Folia do Papangu (foto1) já não fosse tradicional – centenária – e realizada por grande parte da população, e não houvesse identidade do povo com a brincadeira, este reconhecimento não teria sido possível.



Foto 01 - Desfile de Papangus em Olinda

Para Beltrão (2001: p.79), “Folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. Segundo Hohlfeldt (2002), nos tempos atuais, a nova abrangência da Folkcomunicação compreende os procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos (hibridização).

Cascudo (1983: p.114) dizia que

a função de qualquer cultura é sempre o resultado da participação humana e em seu serviço. Estuda-se, evidentemente, a criação, desenvolvimento e transformação do esforço humano para adaptar-se e conquistar o ambiente em que vive.

Este esforço de adaptação é visível em Bezerros, conforme destaca Andrade (2004: p.70):

O Papangu, com toda a sua força, sai da área rural, resiste, penetra e renasce na área urbana, mais popular do que nunca. A persona papangu é o símbolo que fortalece os laços sociais e promove a integração comunitária [...] O turismo foi uma consequência do objetivo de ampliar o seu simbolismo; poderia ter sido outra ação governamental, como a própria cultura local, que se fortalece paralelamente à política turística.

O próprio Da Matta (1983: p.15), reconhece o carnaval como uma zona de encontro e mediação, “zonas onde o tempo fica suspenso e uma nova rotina deve ser repetida ou inovada”.

Partindo do pressuposto de que, na sociedade moderna, a convivência entre pessoas, famílias e sociedades exige negociações entre os diferentes, as mediações passaram a ser um instrumento importante de reconfiguração das interações comunicacionais e culturais.

Turisticamente, a cidade de Bezerros é simbolizada pela persona Papangu. Fabricam-se artigos de souvenir: máscaras, camisetas, chaveiros, porta-retratos, pinturas em telas, todos com a cara da Cidade, ou seja, do papangu – tudo traduzido como emblema turístico do simbolismo Papangu. (ANDRADE: p.56)

Isto nada mais é do que folkmarketing (foto2), uma modalidade comunicacional no segmento da indústria massiva, onde as festas populares convertem-se em

conteúdo midiático de natureza mercadológica e institucional, via apropriação do universo simbólico da festividade, como estratégia comunicacional, pela empresas que são parceiras/gestoras e patrocinadoras dos eventos culturais. (LUCENA FILHO, 2007).



Foto 02 – Folkmarketing do Papangu

Desta forma surgem placas de sinalizações turísticas, outdoors, cartazes, adesivos de táxis, lixeiros e propagandas diversas com a persona papangu que, inclusive, ganhou novas cores, para se tornar mais atraente . Quem primeiro utilizou a persona papangu como folkmarketing foram as Casas José Araújo, num comercial televisivo, na década de 80.

Localizado no Vale de Ipojuca, Bezerros possui 545,7 quilômetros quadrados, uma população de 57.371 habitantes e clima semi-árido. Segundo Melo e Silva (2002), o município tem no seu clima, gastronomia, folclore e artesanato elementos captadores de turistas e turismo, como Serra Negra (estação ecológica) e os Papangus (tradição e folia).

A controvérsia entre a origem do Papangu que é veiculada na mídia, em particular a eletrônica, e entre os registros históricos é evidente. Hoje, os papangus são alegres foliões mascarados, mas nem sempre foi assim. No Dicionário do Folclore Brasileiro, Cascudo informa que

o termo papangu vem de uma espécie grosseira, assim apelidada, e que, à espécie de farricoco tomava parte nas extintas procissões de cinzas, caminhando a sua frente, armado de um comprido relho (chicote de couro torcido), com que ia fustigando o pessoal que impedia a sua marcha.

Figura temida, sobretudo pelas crianças, o papangu que puxava as procissões religiosas começou a ser questionado até que, em 1831, foi proibido, através das Posturas da Câmara Municipal do Recife. Depois dessa proibição, o termo papangu passou a denominar tudo o que fosse agressivo, grosseiro.

Brayner (1999:p.25) relata que em Bezerros “os mascarados, papangus, andavam sempre segurando nas mãos um pequeno e fino galho de madeira, chamado de tabica, para se proteger das pedras que as crianças porventura viessem a jogar (...)”.

Segundo Sette,

houve algumas procissões no Recife, desaparecidas na época moderna, que fizeram sucesso. A de Triunfo, por exemplo. Saía da Ordem Terceira do Carmo com imensa pompa e longo acompanhamento. Levava catorze andores com cenas da Paixão de Jesus. Por seu turno, não querendo ficar por baixo da congênere e rival, a Ordem Terceira de São Francisco punha na rua a procissão das cinzas. Esta caía mais no gosto do povo por ter uns laivos carnavalescos. Não saísse ela logo no dia seguinte ao da terça-feira gorda! Vinha na frente um bobo, metido num camisolão de estopa, de máscara na cara, soprando uma corneta e brandindo um relho contra os moleques que lhe atiravam carochos de pitomba.

Brayner (1999) relata que Antônio Azevedo, antigo morador de Bezerros, atualmente falecido, contou certa vez que ouviu seu pai dizer que o papangu já existia em Bezerros desde a época da Lei do Ventre Livre, século XIX. Naquela época, “osfilhos livres de escravos se

fantasiavam de papangu com o interesse de ter contato com as senhoras de escravos, encobertos pela máscara, eles podiam apertar-lhes a mão”.

O termo farricoco remete à cuca, personagem do imaginário português, que representa uma entidade fantástica, com que se mete medo às criancinhas: durma, meu benzinho que a cuca j’ei vem, diz uma cantiga de adormecer. Por extensão, entre adultos, atos destinados a atemorizar: “Eu cá não tenho medo de *cucas*”.

A *cuca* paulista é em tudo semelhante ao vago *papão* luso-brasileiro, ao *bicho* e ao tutu de vários estados, ao *negro velho* de Minas. Vê-se desse exemplo que em Minas se diz *coca*. As formas portuguesas são *coca* e *coco*. Em Espanha há *coca*, serpente de papelão que, na Galiza e outras províncias, sai no dia de Corpus Christi; há também *mala cuca*, malicioso, de má índole.

Tal informação, de certa forma, vem ao encontro do que diz Lopes (2004) em sua *Enciclopédia Brasileira da Diáspora Africana*, no verbete PAPANGU. “Tipo de mascarado, no carnaval ou nos reisados nordestinos. Em algumas partes do Brasil, dava-se o apelido de ‘papangu’ ao negro cativo porque se alimentava quase unicamente de angu e feijão”.

Antigamente, o papangu tinha a máscara para o rosto confeccionada em tecido com fronha de pano e coité (cua do fruto), cuja pintura era feita com azeitona preta, açafraão e folha de fava. Possuía chocalhos ao redor da roupa, que era enfeitada com palha de banana e na mão levava um maracá de coco seco com pedra dentro. O uso do coité é comum tanto ao indígena como ao africano.

Portanto, há indícios que originalmente, os papangus eram figuras grosseiras e temidas que acompanhavam as procissões religiosas e que, depois, retornam como umbrincante híbrido do carnaval que mesclou elementos das três raças, principalmente a negra. Mas há ainda quem acredite numa origem negra do papangu, pois também os cucumbis saíam mascarados. Segundo Araújo (1996),

havia grupos de negros que antes da década de 1840, se apresentavam mascarados nos três dias antes da quaresma: ao anoitecer, os “cucumbis”, espécie de máscara da África, dançavam e cantavam em bárbara passeata,

agitando chocalhos, tocando marimbas, batendo com os punhos em rudes zabumbas. Neste caso, deveria tratar-se de uma permissão especial concedida a determinado grupo étnico, os negros africanos. Mas em 1854, com a introdução dos bailes de máscara, à moda do Carnaval de Veneza, os negros foram proibidos de se mascararem e a elite apropriou-se do uso das máscaras.

De acordo ainda com Araújo (1996: p.193), as autoridades públicas do Estado de Pernambuco censuraram as expressões gestuais e verbais dos máscaras, para controlar o seu comportamento e o conteúdo de suas brincadeiras, alusões, troças e pilhérias.

Para Brayner (1997),

O cavalo-marinho, figura extraída do folguedo do boi tem um jeito diferente de brincar, e o artista popular bezerrense J. Borges, lembra que, no ano de 1944, foi assistir a um cavalo-marinho no sítio Cruzeiro do Oeste, que era bastante comum na região, antiga zona rural da cidade de Bezerros. Neste folguedo, os personagens também se mascaram, fazem parte do cavalo-marinho, dentre outros personagens o Bastião e o Mateus, que estão sempre com bexigas embaixo dos braços, fazendo movimentos de dança rápidos, e batendo um no outro, vez em quando. Inclusive, o artista acredita que, possivelmente, o papangu tenha surgido como uma dissidência do cavalo-marinho. Nesse ponto concorda o também artista popular mestre Salustiano, que fala do papangu como se ele fosse uma figura extraída do cavalo-marinho e, com o tempo, as variações aconteceram como é de costume quando se fala em manifestações populares.

Segundo Andrade (2004: p.27),

o Papangu que, até os idos de 1980 expressava estética grotesca, assustadora e hostilizada, atraía e ao mesmo tempo perturbava, expressando sentimento de pavor, medo e dor, transforma-se num ser alegre, sorridente e irreverente. Dessa forma, a comunidade local faz um movimento de transitoriedade simbólica do papangu em usos modernos para reinseri-lo em novas condições sociais e econômicas engendradas no contexto do turismo.

Brayner (1999: p. 25) lembra que “geralmente a figura do papangu gerava medo nas crianças e que era comum elas entoarem em coro: ‘Papangu cabeça de angu, tira as calças e fica nu’. Ou ‘Papangu bolão de angu, come carne com angu’”.

Mais do que um simples mascarado, o papangu é uma brincadeira do interior, que consiste num jogo de identidades, pois durante o carnaval ninguém sabe quem é quem. De acordo com Da

Matta (1983: p.49), as fantasias carnavalescas criam um campo social de encontro e de mediação, pois, não obstante as diferenças, todos estão ali para brincar (foto 5). “E *brincar* significa literalmente ‘colocar brincos’, isto é, unir-se, suspender as fronteiras que individualizam e compartimentalizam grupos, categorias e pessoas”.

A animação da Folia de Papangu gira em torno de quem quer fazer graça, sem ser reconhecido, e quem quer descobrir quem se esconde por trás da máscara, conforme lembra Andrade (2004: p.52):

O sucesso da brincadeira depende do sigilo absoluto, que inclui desde a confecção da máscara, vestimenta e local de troca de roupa, esconder a sexualidade e camuflar a voz e até o jeito de andar. Após vestir-se, ele sai de casa em casa, até ser descoberto, somente depois disso é que ganha o prêmio, que vai desde angu, filhoses, bolo, bebida, o que tiver.

No entanto, hoje são poucos os grupos de papangus que saem de casa em casa, por conta da concentração do desfile na Praça Narciso Lima e ruas da Matriz e Cel José Pessoa, num único dia, o domingo. A centralização foi uma determinação da prefeitura local, em função da demanda turística. O que, de certa forma, reforça Da Matta (1983, 74), “a própria rua pode ser vista e manipulada como se fosse um prolongamento ou parte da casa, ao passo que zonas de parte da casa, ao passo que zonas de uma casa podem ser percebidas em certas situações como parte da casa”.

A esse propósito, também Barbero (1997: p.274), ressalta que:

[...] o bairro surge, então, como o grande mediador entre o universo privado da casa e o mundo público da cidade, um espaço que se estrutura com base em certos tipos específicos de sociabilidade e, em última análise, de *comunicação*: entre *parentes* e *vizinhos*. O bairro proporciona às pessoas algumas referências básicas para a construção de um *a gente*, ou seja, de uma ‘sociabilidade’ mais ampla do que aquela que se baseia nos laços familiares, e ao mesmo tempo mais densa e estável do que as relações formais e individualizadas, impostas pela sociedade’. [...]

Hoje, no carnaval de Bezerros, a cozinha da casa se deslocou para a rua. O café-da-manhã com angu já é servido na rua para os papangus que, de brincadeira, passaram a agremiação. Vê-se aqui a mediação entre casa e rua, realizada por meio de um campo social, com a casa sendo dragada para dentro do mundo público. Por sua vez, também a rua assume um papel quase privado, onde as pessoas se encontram e realizam o carnaval.

A Praça Narciso Lima, popularmente conhecida como Praça da Matriz, é um importante centro de integração das mais variadas classes sociais nas mais diversas manifestações culturais durante todo o ano, principalmente as festas natalinas e as da Igreja Católica. Entre elas o carnaval (BRAYNER, 1999).

O apoio coletivo à memória é mais vigoroso quando envolve a presença sensível de antigos companheiros e suas marcas no entorno. A materialidade como que incrementa a presença do grupo em pensamento. A convivência entre antigos companheiros nutre a comunicação entre visões de mundo que se limitam, se conformam e se interpenetram. O passado permanece, então, em contínua reconstrução pela memória coletiva. São esses pontos em comum que revelam a expressão cultural de um povo de um dado lugar. O fato de se sentir compartilhando com o outro representações culturais semelhantes imprime, em cada um, uma identidade. De acordo com a historiadora bezerrense Patrícia Brayner, “não há subvenção municipal, cada um banca sua fantasia. A prefeitura fornece só a orquestra”.

Segundo Hobsbawn *apud* Dias (2006: p.58), “as tradições ditadas pelos costumes, são processos sociais que sofrem modificações ao longo do tempo e que só sobrevivem por meio de formas de adaptação diversas”. Como patrimônio cultural entendem-se os bens herdados do país, e os que podem ser construídos, recriados, apropriados. Ao mesmo tempo, a permanência desse patrimônio no tempo resulta de “ações e interpretações que partem do presente em direção ao passado. [...] E o conjunto de bens constituídos, que são reconhecidos por uma sociedade como representativos da sua história e da sua produção”. (SANTANA 2001: p.170/171).

Outra necessidade diz respeito aos bens simbólicos, sim, porque o patrimônio é também imaterial, e o turista, aonde vai, termina por alterar hábitos, refletindo na mudança do imaterial. No caso do artesanato, em Bezerros (PE), há bonecos de papangu com cores e destaque dos clubes esportivos Náutico, Sport e Santa Cruz. É o símbolo que se refere a outro símbolo, para se tornar mais atraente e competitivo. Isto não quer dizer que esteja se descaracterizando, mas que houve uma ressignificação.

Mediante pesquisa feita pela autora para a Pós-graduação em Planejamento e Gestão em Turismo Cultural na Escola Superior de Relações Públicas, durante o Domingo de Carnaval (03.02.2008), data do desfile dos papangus em Bezerros (PE), em quatro hotéis (Hotel Recanto das Colinas, Pousada Paraíso, Pousada das Artes e Hotel Serrador) com turistas hospedados avulsos, num total de 20 questionários para cada hotel e 20 para os turistas que se encontravam na rua, obtivemos, 54 questionários respondidos e 06 em branco. Sendo que um dos hotéis, o Serrador não devolveu os questionários, porque estava sublocado ao pessoal do Banco do Nordeste.

Deste universo de 54 questionários, 23 (42,6%) eram turistas e/ou excursionistas que estavam vindo pela primeira vez, e 31 (54,4%) que estavam retornando. Dos 54 entrevistados, 48 (88,9%) pretendiam voltar e 06 (11,1%) talvez voltassem.

Segundo os pesquisados, as categorias de maior atração do carnaval de Bezerros são: os papangus 10 (18,5%); animação 7 (13,0%); tranqüilidade 21 (38,8%); paquera 1 (1,9%); originalidade 2 (3,7%); novidade 1 (1,9%); cultura 5 (9, 2%); organização 4 (7,4%); tudo 1 (1,9%), e 2 (3,7%) responderam em branco .

Na pergunta como conheceram o carnaval de Bezerros: 31 (57,4%) responderam que foi por meio de amigos , 02 (3,7%) pela Internet, 02 (3,7%) pela mídia escrita; 02 (3,7%) pelo rádio, 01 pela TV (1,9%), 08 (14,8%) pela família, 01 (1,9%) no trabalho, 06 (11,0%) outros (sem especificar) e teve 01 (1,9%) resposta em branco. Aqui é importante ressaltar a folkcomunicação, o boca-a-boca na divulgação do carnaval.

Com relação à cidade/Estado de origem dos turistas, 35 (64,8%) são do Recife (PE), 04 (7,4%) de Olinda (PE), 01 do Cabo (1,9%), 03 (5,5%) de Carpina (PE), 04 (7,4%) de Caruaru (PE), 01(1,9%) de Ipojuca (PE), 01 (1,9%) de Feira de Santana (BA), 01 (1,9%) de Salvador (BA), 01 (1,9%) de Natal (RN), 01 (1,9%) de Maceió (AL), 01 (1,9%) de Campina Grande e 01 (1,9%) do Rio de Janeiro (RJ). Num total de 48 (88,9%) turistas de Pernambuco e 06 (11,1%) de fora do Estado. A característica de Bezerros é atrair mais excursionistas, que ficam menos de 24 horas na cidade, entre os próprios pernambucanos.

Com relação a se consideravam o carnaval de Bezerros tradicional: 51 (94,4%) responderam que sim; 02 (3,7%) que não; e houve 01 (1,9%) resposta em branco. Sobre as características do carnaval: 27 votaram (50%) na tradição; 16 (29,6%) na cultura; 01 (1,9%) na

naturalidade; 01 (1,9%) na paz; 03 (5,5%), na familiaridade e 06 (11,1%) não responderam. Daí se conclui a importância da cultura como identidade.

Sobre se concordam com a mistura de ritmos, culturas e tradições (ontem e hoje) no carnaval de Bezerros, 50 (92,6%) responderam que sim, e 04 (07,4%) que não. Esta é uma condição atual, o hibridismo.

Sobre se acham se há muita propaganda (empresas públicas e privadas) durante a apresentação dos papangus, 30 (55,6%) responderam que sim e 24 (44,4%), que não.

Com relação à infra-estrutura, 16 (29,6%) acham ótima; 31 (57,4%) boa; 06 (11,1%) regular e 01 (1,9%) ruim.

Sobre se fazem outros passeios turísticos na cidade, além do carnaval: 26(48,1%) responderam que sim e 28 (51,9%) que não. Entre os passeios turísticos realizados estão: 01 (3,8%) Gravatá, 19 (73,1%) visita à Serra Negra, 1 (3,8%) visita a igrejas, 04 (15,4%) respostas em branco e 01 (3,8%) resposta negativa

Com relação à aquisição de máscaras em Bezerros, 22 (40,7%) confirmaram que compraram lá e 32 (59,3%) não compraram. Sobre se o visitante sabe diferenciar a máscara tradicional da estilizada, 33 (61,1%) responderam que sim e 21 (38,9%) que não. Sobre as origens do papangu, 23 (42,6%) responderam que a conhecem e 30 (55,5%) que não a conhecem, houve 01 (1,9%) resposta em branco.

Sobre como foi a origem do papangu: 17 (73,9%) relatam que eram pessoas mascaradas que entravam nas casas e pediam angu; 01 (4,4%) respondeu que era tradição dos escravos; 01 (4,4%) que o uso da máscara era para evitar o reconhecimento e 04 (17%) responderam que simplesmente conheciam, sem explicar o porquê.

Estas observações feitas servem para caracterizar a importância da folkcomunicação como ferramenta do turismo cultural. “Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MinTUR, 2006).

Quanto maior for a autenticidade e criatividade, melhores serão os atrativos culturais e, conseqüentemente, a ativação do patrimônio cultural para atração turística. Porém, mesmo havendo modificações em relação ao tradicional, como quem participa da manifestação cultural são os elementos da comunidade anfitriã, “de qualquer forma, a representação será apropriada

pelos seus membros que se identificarão com os atores”, como intérpretes que são de sua identidade cultural, cumprindo a sua função social de fortalecer a identidade do grupo e contribuir com a receita da comunidade (DIAS, 2006: p.61/63)

O Plano Nacional de Turismo 2007-2010 contempla a Regionalização do Turismo, no seu planejamento e gestão. Antes, o Programa Nacional do Turismo era focado no Município (PNMT -1994 a 2002). De acordo com o Ministério do Turismo, o programa de Regionalização do Turismo tem como objetivo promover o desenvolvimento turístico sustentável de forma regionalizada.

No mês de maio deste ano, o governo estadual lançou a campanha Pernambuco Conhece Pernambuco, que possui 10 rotas de turismo. O Projeto Pernambuco Conhece Pernambuco, elaborado pela Empresa de Turismo de Pernambuco – EMPETUR, órgão vinculado à Secretaria de Turismo do Governo do Estado, visa desencadear, definitivamente, o processo de interiorização do turismo no Estado.

A primeira rota trabalhada foi a Luiz Gonzaga, que percorre o entorno da BR- 232, compreendendo municípios da Zona da Mata e do Agreste. Entre eles, Bezerros. Antes da chegada do PNMT, em 1997, o turismo se desenvolvia baseado nas práticas culturais locais, como os folguedos populares, a festa junina, festa da romã, festa do padroeiro da cidade (São José), vaquejada, cavalhada, carnaval, artesanato e forró pé-de-serra em Serra Negra. (ANDRADE, 2004).

O ponto de concentração para as ações da Secretaria de Turismo foi Bezerros com atividades técnicas, oficinas, minicursos, palestras, apresentações artísticas e shows. Moreno, Bonito, Gravatá, Caruaru e Brejo da Madre de Deus - as outras cidades da rota - também foram contempladas com pesquisas de perfil turístico, visitas técnicas e workshops.

A escolha não foi aleatória, segundo o Quadro Síntese de Função Turística e Hierarquização dos Atrativos dos Municípios Prioritários de Maio de 1999: Bezerros é uma ZTI 2 de Hierarquia III, considerada Núcleo de Excursão e tem como principais atrativos o Parque Ecológico da Serra Negra, a Plataforma da Asa Delta, o Circuito Pernambucano de Vaquejada, artesanato e a manifestação dos Papangus de Bezerros. (MELO E SILVA, 2002: p.63)

Na época do Plano Nacional de Municipalização do Turismo, o município de Bezerros foi considerado com um dos modelos. A Embratur produziu um vídeo intitulado Cases 87 (1998), no

qual seis municípios brasileiros, entre eles Bezerros, são destacados pela sua etnia, ecossistema, agroturismo, cultura e forte mobilização da comunidade. Esses casos de sucesso renderam à Embratur o reconhecimento na 13ª. Assembléia Mundial da Organização Mundial de Turismo - OMT, realizada em Istambul, na Turquia, em 1997, como o melhor “case” da América Latina em Municipalização do Turismo Sustentável aplicada aos municípios brasileiros (MELO E SILVA, 2002).

Para Sacramento *apud* Torezani (2007: p.9), “o turismo na pós-modernidade vai ser formatado pela alteridade”. Concordando ainda com Torezani (2007), o turismo cultural afirma a diferença e cria o espaço do encontro, de um lado está a cultura do anfitrião, do outro, está a cultura do visitante.

Diante do impacto da globalização, o foco dos estudos sobre comunicação passa a se centrar numa estreita relação com os da cultura, com os novos formatos dos movimentos sociais e com as reconfigurações das identidades nacionais e regionais. Os estudos em comunicação não podem mais ser desenvolvidos sem a indissociabilidade da cultura da mídia e da cultura popular. Comunicação e cultura devem ser estudadas juntas, porque representam realidades muito próximas, são campos multidimensionais e integrativos. Daí a importância da Folkcomunicação como ferramenta do turismo cultural.

Referências bibliográficas

ANDRADE, D. S. **Dinâmica Simbólica e Turismo**: Bezerros/PE. Dissertação de Mestrado em Antropologia. Brasília: UnB, 2004

AMARAL, A. Cuca **.Jangada Brasil**. Amigo da Jangada Ano VII - Edição 70 Setembro de 2004. Disponível em <:http://www.jangadabrasil.com.br/revista/setembro70/im70009a.asp> Acessado em 02.12.06

ARAÚJO, R.de C. B. de **Festas: máscaras do tempo**: entrudo, mascarada e frevo no carnaval do Recife. Recife: Fundação de Cultura Cidade do Recife, 1996.

BELTRAO,L.**Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias.Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001

BENJAMIN, R. E.. **Folkcomunicação no Contexto de Massa**. João Pessoa: Editora Universitária, 2000.

_____. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**, João Pessoa: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

_____. **Conceito de folclore**. Disponível em: <http://www.unicamp.br/folclore/Material/extra_conceito.pdf>. Acesso em 02.12.06

_____. **A Media e os Mitos**. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/alaic/chile2000/8%20GT%202000Folkcomunicacao/RobertoBenjamin.doc>>. Acesso em 02.12.06

BEM-VINDO a Bezerros-terra dos papangus: home, história, localização, turismo, artesanato. Disponível em: <<http://www.bezerras-pe.hpg.com.br>> Acesso em 02.12.06

BEZERROS, Carnaval 2001. Disponível em: <<http://pe.gov.br/papangu.htm>>. Acesso em 02.12.06

BEZERROS, cidade de Pernambuco, Brasil. Disponível em : <<http://www.recifeguide.com/brasil/pernambuco/bezerras.html>> Acesso em 02.12.06

BRAYNER, P.V. de A. **A Praça da Matriz como palco da folia de papangu e das manifestações populares de Bezerros**. Monografia de pós-graduação em Ensino de Geografia. Caruaru: Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Caruaru.1999

_____. **Alegria, cores e segredos nos papangus de Bezerros**. Disponível em: <<http://www.turismosertanejo.com.br/index.php?target=coisa&id=69>> Acesso em 02.12.06

_____. **Papangu, Mascarado, bloco carnavalesco e brincadeiras**. Monografia de pós-graduação em História de Pernambuco. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, [2003]

CABRAL, A. V. do. Seres sobrenaturais: Tutu. **Jangada Brasil**, Imaginário.Achegas do Folclore do Brasil. Ano III - nº 36, Agosto 2001. Disponível em: <<http://www.jangadabrasil.com.br/agosto36/im36080b.htm>> Acesso em 02.12.06

CASCUDO, L. da C. **Dicionário do folclore brasileiro**. 10. ed. *São Paulo: Global, 2001*

_____. **Civilização e cultura**. Pesquisa e notas da etnografia geral. Clássicos da cultura brasileira. Vol. 1. Belo Horizonte: Itatiaia, 1983

DA MATTA, R. da .**Carnavais, malandros e heróis**: para uma sociologia do dilema brasileiro. 4. Ed, Rio de Janeiro: Zahar editores,1983

DIAS, R.. **Turismo e patrimônio cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades. São Paulo: Saraiva, 2006

HOHLFEDT, A. Antonio. Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação: pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais. PCLA - Volume 4 - número 2: janeiro /

fevereiro / março 2003 Comunicação apresentada no Núcleo de Pesquisas sobre Folkcomunicação, no âmbito da XXV **Intercom**, Salvador, 1 a 5 de setembro de 2002 . Disponível em <www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.htm >. Acessado em 11.08.07 –

LUCENA FILHO, S.A. de. **A festa junina em Campina Grande –PB**: uma estratégia de Folkmarketing. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2007.

LOPES, N. **Enciclopédia brasileira da diáspora africana**. São Paulo: Summus Editorial, 2004

MELO E SILVA, S. D. C. de. **Turismo e desenvolvimento em Bezerros – Pernambuco**. A expansão da educação turística numa perspectiva de resgate da cidadania. Dissertação de mestrado em gestão e política ambiental da Universidade Federal de Pernambuco. Recife, UFPE, 2002

QUEIROZ, G. M de S. **Desfile de papangus em Olinda**. Recife:2008. 1 fotografia, color., 16cm x 56 cm

RAMOS, E.M.Q de. **Folkmarketing do papangu**. Recife: 2008. 1 fotografia, color., 16cm x 56 cm

SANTANA, M. Patrimônio, turismo e identidade cultural. **Bahia Análise & Dados**. SEI v. 11, no. 2, p.169-173, Salvador: setembro, 2001

SETTE, M. Semana Santa de Outrora. **Jangada Brasil**, Palhoça, Maxambombas e Maracatus. Ano III - nº 36, Agosto 2001. Disponível em: <<http://www.jangadabrasil.com.br/abril20/pa20040b.htm> >Acessado em 02.02.2006

TOREZANNI, Julianna Nascimento. **Um olhar na cidade de Ihéus**: cultura, patrimônio e turismo. Revista Urutágua - revista acadêmica multidisciplinar, Centro de Estudos Sobre Intolerância - Maurício Tragtenberg, Departamento de Ciências Sociais, Universidade Estadual de Maringá (UEM), Av. Colombo, 5790 - Campus Universitário 87020-900 - Maringá/PR - Brasil - Email: rev-urutagua@uem.br , publicada em 03.12.04