

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
CAMPUS SERTÃO - UNIDADE DE SANTANA DO IPANEMA
CURSO DE CIÊNCIAS ECONOMICAS

ANDRESA FERREIRA DOS SANTOS SILVA

PATROMÔNIO CULTURAL: O FESTIVAL DA JUVENTUDE COMO RECURSO
TURÍSTICO NA CIDADE DE SANTANA DO IPANEMA, ALAGOAS

Santana do Ipanema

2020

ANDRESA FERREIRA DOS SANTOS SILVA

PATROMÔNIO CULTURAL: O FESTIVAL DA JUVENTUDE COMO RECURSO
TURÍSTICO NA CIDADE DE SANTANA DO IPANEMA, ALAGOAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Ciências Econômicas da Universidade
Federal de Alagoas, como requisito parcial para
obtenção do grau de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Rafael de Oliveira Rodrigues

Santana do Ipanema

2020

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Unidade Santana do Ipanema
Responsável: Rafaela Lima de Araújo – CRB4 – 2058

S586p Silva, Andressa Ferreira dos Santos
Patrimônio cultural: o festival da juventude como recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema, Alagoas / Andressa Ferreira dos Santos Silva. - 2020.
44 f.
Orientador: Rafael de Oliveira Rodrigues.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Econômicas) - Universidade Federal de Alagoas. Unidade Santana do Ipanema. Curso de Ciências Econômicas. Santana do Ipanema, 2020.
Bibliografia: f. 38-41.
Anexos: f. 42-44.

1. Patrimônio cultural. 2. Mercado do turismo. 3. Festival da juventude. 4. Santana do Ipanema – Alagoas. I. Título.

CDU: 330

Folha de Aprovação

AUTORA: ANDRESA FERREIRA DOS SANTOS SILVA

Patrimônio Cultural: o Festival da Juventude como recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema, Alagoas. Trabalho de Conclusão de Curso em Ciências Econômicas, Universidade Federal de Alagoas.

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Ciências Econômicas, da Universidade Federal de Alagoas. Aprovado em 01 de outubro, de 2020.

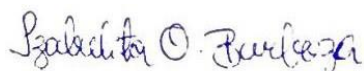


Prof. Dr. Rafael de Oliveira Rodrigues (UFAL – Orientador)

Banca Examinadora:



Prof. Dr. Luciano Celso Brandão Guerreiro Barbosa (UFAL – Avaliador Interno)



Profa. MSc. Izabelita Oliveira Barboza (UFAL – Avaliador Interno)

DEDICATÓRIA

Dedico aos meus pais, que sempre me incentivaram.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me dado forças para superar todas as dificuldades.

A minha família, especialmente minha mãe Luciene Ferreira, ao meu pai Arlindo André (in memoriam), ao meu irmão João Mateus e ao meu namorado Rafael José, pelo amor, pelo incentivo e apoio.

Ao meu orientador professor Rafael de Oliveira Rodrigues, pela orientação, apoio, confiança, e incentivos para a realização desse trabalho. Agradeço aos demais professores por me proporcionar conhecimentos que serão significativos para a minha formação profissional.

Também quero agradecer à Universidade pela elevada qualidade do ensino oferecido, e por ter concedido uma bolsa para a realização de um projeto.

Aos meus amigos, Martha Lohane, Alan Melo, Iara Pinheiro, Hiara Teixeira, Janieide Lins e aos demais amigos do curso de graduação que compartilharam dos inúmeros desafios que enfrentamos, sempre com o espírito colaborativo.

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo analisar o potencial turístico de um festival que é realizado anualmente no Sertão Alagoano: a Festa da Juventude da cidade de Santana do Ipanema. Trata-se de fazer uma reflexão sobre o modo como a festa articula elementos do patrimônio cultural local, em sua realização, e a percepção dos comerciantes sobre o reflexo dela no comércio de serviços da cidade. Para o alcance do objetivo proposto foi utilizada uma metodologia qualitativa, tomando como base, primeiro, dissertações, artigos e teses sobre a relação do patrimônio cultural com o mercado do turismo, especialmente, sobre as festas populares como recursos culturais a serem transformados em objetos de consumo. Além disso, foram realizadas entrevistas com alguns pequenos e grandes comerciantes locais. As considerações finais apontam que a festa é produzida utilizando elementos do patrimônio cultural local e tem sido utilizada como um recurso para movimentar o turismo da cidade.

Palavras-chave: Festival da Juventude, Patrimônio Cultural, Sertão Alagoano, Turismo

ABSTRACT

This work aims to analyze the tourist potential of a festival that is held annually in the outback of Alagoas: The Youth Festival in the city of Santana do Ipanema. It is a matter of reflecting on how the party articulates elements of the local cultural heritage, in its realization, and the perception of traders on its reflection in the city's services trade. To achieve the proposed objective, a qualitative methodology was used, based on dissertations, articles, theses on the relationship between cultural heritage and the tourism market, especially on popular festivals as cultural resources to be transformed into objects of consumption. In addition, interviews were conducted with some small and large local traders. Final considerations point out that the party is produced using elements of the local cultural heritage and has been used as a resource to revolutionize the city's tourism.

Keywords: Youth Festival, Cultural Heritage, Outback of Alagoas, Tourism.

LISTA DE SIGLAS

AMA	Associação dos Municípios Alagoanos
CNC	Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
DEE	Diário Econômico ETENE
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
SEDETUR-AL	Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UFPR	Universidade Federal do Paraná
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	11
2.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1	Patrimônio Histórico e Cultural.....	14
2.2	O Mercado de Turismo.....	16
2.3	A relação da cultura com o mercado do turismo.....	19
3.	METODOLOGIA.....	22
3.1	Pesquisa bibliográfica e documental.....	22
3.2	Entrevistas semiestruturadas.....	24
4.	RESULTADOS E DISCURSÕES.....	25
4.1	Festas populares do Sertão Alagoano.....	25
4.2	Festival da Juventude uma referência cultural de Santana do Ipanema.....	29
4.3	Festival da juventude como um recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema.....	32
4.4	Resultado da percepção dos comerciantes sobre a movimentação da festa em seus estabelecimentos.....	34
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
	REFERENCIAS.....	38
	ANEXOS.....	42

1. INTRODUÇÃO

Autores como Ramos (2015) e Leite (2002) apontam que há uma relação intimamente próxima entre o patrimônio cultural e o mercado do turismo. Esta proximidade contribui para a produção de elementos culturais locais como recursos turísticos.

Segundo o Ministério do Turismo, de acordo com dados da pesquisa elaborada pela consultoria britânica Oxford Economics, a contribuição do Turismo, resultou ao Produto Interno Bruto (PIB) um crescimento de 3,1% em 2018, totalizando US\$ 152,5 bilhões (8,1% do PIB). Diante dos números é possível observar a importância do turismo para a economia brasileira. Nesse sentido, estudar esse mercado e sua relação com o patrimônio cultural se torna um tema importante para termos uma maior compreensão das estratégias utilizadas para articular elementos culturais locais como recursos para o turismo, como também as estratégias de desenvolvimento econômico, social e cultural das cidades.

No estado de Alagoas, o turismo se tornou uma das principais atividades econômicas, como fator de desenvolvimento para as regiões alagoanas, tanto no Litoral, como, também, no Sertão. Segundo a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR, 2019), o Ministério do Turismo (MTUR) reconhece 50 novos municípios com potencial turístico no estado de Alagoas, inclusive os municípios localizados na região do Sertão, como por exemplo, a cidade de Piranhas, reconhecida como patrimônio cultural nacional, pelo Instituto do patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), no ano de 2004 (REIS; RODRIGUES, 2019).

Cabe destacar que os incentivos ao consumo através do turismo não se restringem apenas as cidades reconhecidas oficialmente como históricas, havendo estratégias da própria SEDETUR em capacitar agentes locais de cidades como Santana do Ipanema, Pão de Açúcar, entre outras, do sertão alagoano, para empreender em estratégias turísticas para a região (SEDETUR, 2017).

Destacando as festas populares, que ganham cada vez mais visibilidade no mercado do turismo, esses eventos são realizados por vários municípios, como atrativos turísticos objetivando alavancar a economia do município para, então, contribuir o

desenvolvimento local, além de possibilitar uma contribuição para a valorização do patrimônio cultural destas cidades.

Diante disso, o objetivo deste trabalho de conclusão de curso foi analisar o Festival da Juventude como um recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema, localizada no Sertão Alagoano. Trata-se de refletir e discutir sobre a relação do patrimônio cultural com o mercado do turismo e as festas populares, a partir do Festival da Juventude, a mesma faz parte da memória e história local do município. Para discutimos sobre essa festividade, é importante ressaltar o que são festas populares, segundo os teóricos que estudam sobre essa atividade.

Como bem destaca o inventário Nacional de Referências Culturais (INRC), produzido pelo IPHAN (2002), as festividades são expressões importantíssimas da humanidade. Através delas diversos elementos culturais, gastronômico, modos de fazer, são articulados na construção de uma representação de grupo em um território. As festividades compõem o que Arantes (2000) chama de referências culturais: elementos da cultura reconhecidos oficialmente, ou não, representativo de determinado grupo social.

Aprofundando este argumento Leite (2002) observa que, atualmente, o mercado do turismo tem se utilizado das referências culturais locais para promover estratégias de consumo, fazendo com que esses elementos culturais locais se transformem num objeto de mercado, para promover o turismo nas cidades.

Colocando Leite (2002) em diálogo com Arantes (2000), é possível perceber que as festividades populares se tornam objetos de estudo importantíssimos para compreendermos as estratégias do poder público e do mercado do turismo na produção de elementos culturais para o consumo turístico nas cidades.

Para o alcance do objetivo proposto, foi utilizada uma metodologia qualitativa. De início foi realizada uma pesquisa bibliográfica por meio de artigos científicos, teses, dissertações. Em seguida foram feitas entrevistas para acessarmos mais informações com representantes do setor turístico e de serviços do município.

Iniciamos o trabalho analisando a relação que existe entre o patrimônio cultural e as referências culturais locais e o setor do turismo, focando no potencial das festas populares do Sertão de Alagoas. Em seguida, apresentamos as bases metodológicas que deram sustentação a este trabalho. Ao fim, analisamos as informações coletadas no

comércio local da cidade de Santana do Ipanema, dando enfoque no festival da juventude, como um recurso turístico para o município.

1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresentamos as teorias sobre patrimônio histórico e cultural. Em seguida apresentamos algumas discussões que tratam sobre a relação da cultura com o mercado turismo, especialmente sobre o tema das festividades. Depois disso, apresentamos algumas festividades do Sertão alagoano, dando enfoque ao Festival da Juventude do município de Santana do Ipanema, em Alagoas, especialmente suas reais potencialidades para o turismo na região, e como uma alternativa de movimentação econômica para a localidade, a partir de referências culturais locais.

1.1 Patrimônio Histórico e cultural

O conceito patrimônio cultural em seu sentido institucional, como estratégia do estado para preservar as identidades locais, é um conceito que nasce na França no início da década de 1980 (Calvo, 1995 apud Pérez, 2009, p. 140) e que redefine os conceitos de folclore, cultura popular e cultura tradicional. Podemos falar em patrimônio cultural como a representação simbólica das identidades dos grupos humanos, isto é, um emblema da comunidade que reforça identidades, promove solidariedade, cria limites sociais, encobre diferenças internas e conflitos e constrói imagens da comunidade (Cruces, 1998 apud Pérez, 2009, p. 140).

O patrimônio histórico e cultural é, assim, um conjunto de manifestações ligadas diretamente a elementos identitários de um povo, heranças culturais que são vindas de geração para geração e que, por sua vez, possuem importância histórica para a formação cultural de uma sociedade.

De acordo com Pelegrini (2006), as noções de patrimônio cultural estão vinculadas às noções de lembrança e de memória, que são fundamentais no que diz respeito às ações patrimonialistas, uma vez que os bens culturais são preservados em função da relação que mantêm com as identidades nacionais, regionais e locais. Para podermos obter uma compreensão sobre o que é patrimônio cultural, o artigo 216 da Constituição Federal brasileira dispõe o seguinte:

“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 artísticas-culturais;
- V – Os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.”

Esses bens culturais são instrumentos de preservação da memória, que tendem a ampliar a visão do mundo em relação a diversos fatores, sejam eles históricos, culturais, econômicos, políticos e sociais. Ao ter uma visão mais apurada da importância da preservação do patrimônio, é notório o quanto o mesmo contribui para a afirmação da identidade do morador com a sua localidade. Segundo Caiado (apud LEITE, 2011, p. 58) afirma que:

[...] é fundamental que haja reconhecimento da diversidade cultural, a partir das peculiaridades de cada local, pois assim será fortalecida a identidade entre o indivíduo e seu grupo e entre este, o meio ambiente e a sociedade. Só através do fortalecimento desses vínculos serão mantidas as verdadeiras raízes culturais e reduzida a pressão da ‘cultura mundializada’.

O patrimônio histórico e cultural trata de símbolos afetivos, que decorrem das ações humanas, quando algo se torna importante, e que sejam representativos da sua identidade, história e cultura. Leite (2011, p.59) salienta que a comunidade e identidade são as peças centrais, quando se pensa em patrimônio. Ou seja, esse patrimônio é uma construção simbólica do estado Nação, que serve fundamentalmente para incutir nos indivíduos e nos grupos sociais o sentido de unidade nacional.

Preservar essa memória não está ligado apenas à conservação de relíquias antigas, edificações ou até mesmo manifestações, mas também à preservação de toda uma história construída ao longo do tempo, e apresenta significações relevantes para a sociedade.

A preservação de bens patrimoniais deve ter por finalidade conservar traços da vida comum, cotidiana, e mostrar como vivia a sociedade em determinada época, pois o que tende a ser conservado sempre será o objeto considerado valioso, seja pelo valor do material de que é composto, seja por uma herança histórica ligada a uma personalidade ilustre e por isso mesmo dominadora. A conservação de bens patrimoniais deve ter por objeto edificações que tenham um significado coletivo para determinada comunidade, pois se perpetua a memória de uma sociedade preservando-se os espaços utilizados por ela na construção de sua história. (TOMAZ, 2010, p. 5).

Existem atualmente diversos órgãos que objetivam a conservação e preservação dos bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e afetivo, detendo a sua destruição ou até mesmo a sua descaracterização. Um desses órgãos é o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que foi criado em 13 de janeiro

de 1937, por meio da Lei nº 378, assinada pelo então presidente Getúlio Vargas. O instituto é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Turismo que responde pela preservação do Patrimônio Cultural Brasileiro. Cabe ao Iphan proteger e promover os bens culturais do País, assegurando sua permanência e usufruto para as gerações presentes e futuras. Ao mesmo tempo, como observam Leite (2002), Reis e Rodrigues (2019), cabe ao ministério do Turismo produzir estratégias, juntamente com o capital privado para a produção do patrimônio cultural brasileiro como um bem de consumo para o setor turístico.

Cabe destacar que o IPHAN era ligado ao Ministério da Cultura e que, apesar de não ter uma grande autonomia financeira para aplicar a política e identificação e salvaguarda do patrimônio cultural brasileiro, guardava grande autonomia intelectual e metodológica para aplicação da política de preservação do patrimônio. Atualmente o IPHAN foi realocado para o Ministério do Turismo, o que evidencia bastante o argumento dos autores, especialmente, Leite (2002) de que a cultura e os elementos que a materializam (danças, festividades, práticas e modos de fazer) tem sido um recurso para o setor do turismo.

1.2 O Mercado de Turismo

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define o turismo como sendo uma atividade dos visitantes, que são, em suma, aqueles que saem de seus ambientes habituais rumo a um destino específico, com um objetivo (lazer, negócios ou outro objetivo pessoal) e com duração inferior a um ano.

Segundo Barbosa (2004) “O turismo é uma força econômica das mais importantes do mundo. Nele ocorrem fenômenos de consumo, originam-se rendas, criam-se mercados nos quais a oferta e a procura podem ser observadas, mapeadas e aprimoradas”. Knafou (2001 apud Prediger, 2014, p. 16) salienta que “o turismo é uma atividade humana complexa que coloca em questão os desejos e as representações (psicológicas, sociais, culturais, históricas e políticas) do mundo e que é reduzida a uma atividade econômica geradora de empregos e lucros”.

Viajar é muito mais do que apenas uma atividade econômica, é uma oportunidade de entrar em contato com herança histórica de um povo, de vivenciar relações de hospitalidade de trocas de conhecimentos e, espacialmente, de consumir esses

elementos históricos e culturais. Somando-se a isto é notável o quanto o turismo pode desempenhar um papel fundamental para o campo econômico e social. Essa prática vem gerando resultados significativos que implicam positivamente no crescimento e desenvolvimento dos países.

Para compreender de forma mais objetiva o desenvolvimento em termos econômicos, é importante entender o que é crescimento. De acordo com os autores Lage e Milone (2001 apud Nodari, 2007, p. 38) “o crescimento econômico é o aumento contínuo do produto nacional, em termos globais, ou per capita de um país ao longo do tempo”. Seguido o mesmo raciocínio Nodari (2007, p. 38) ainda ressalta que “o desenvolvimento econômico é o aumento contínuo do produto nacional e da qualidade de vida dos indivíduos de cada país, ao longo do tempo”. Neste sentido, é necessário que haja crescimento para que ocorra o desenvolvimento.

Segundo Ribas (2013) é necessário que os agentes públicos discutam e definam estratégias que visem o turismo, que tem se tornado um setor cada vez mais importante na produção de riqueza, mas também de desenvolvimento social para cidades.

Tomando agora como exemplo a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, no artigo nº 180, lê-se que a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios promoverão e incentivarão o turismo como fator de desenvolvimento social e econômico. Esses entes federativos têm como função primordial estabelecer objetivos que oportunizem o bom desempenho de ações para o setor, contribuindo, efetivamente, para melhorar as condições de vida no País.

O Brasil possui um alto potencial turístico, devido a sua diversidade cultural e suas belezas naturais, contribuindo para a movimentação de bens e serviços, e resultando em uma ferramenta de contribuição para a economia de várias regiões.

Segundo dados da pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o setor do turismo no Brasil apresentou crescimento recorde no ano de 2019, com rendimento de R\$ 136,7 bilhões, o que representa o maior registrado nos últimos quatro anos. Além disso, no que diz respeito à geração de empregos estima-se que este segmento empregou mais de 25 mil vagas.

Dentre as regiões do Brasil, o Nordeste é uma das mais requisitadas quando se trata de turismo, é notada como um dos desejos de consumo para grande parte dos turistas

brasileiros e estrangeiros. O mesmo é formado pelos seguintes estados: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe. Esse complexo regional apresenta uma grande concentração de diversidade cultural. De acordo com os dados do Ministério do Turismo (2010), em uma pesquisa realizada pelo o Diário Econômico ETENE (DEE), o Nordeste aumentou sua participação na movimentação de passageiros em relação aos anos de 2018 e 2019, resultando em um aumento significativo nos inúmeros setores econômicos.

Alagoas é o estado do Nordeste que mais cresce no segmento de turismo, especialmente, no turismo das águas. A região litorânea do estado é formada por belíssimas praias com águas em tons de azul, devido a essa riqueza natural, a mesma, é considerada como o caribe brasileiro. Assim sendo, o estado provém de belíssimas paisagens naturais, mas que se destacam, também, devido aos seus monumentos, cidades históricas e as demais manifestações culturais, tornando esse setor predominante em diversos municípios. Segundo o Ministério do Turismo (2019), a inclusão das 50 cidades no mapa do turismo evidencia o potencial turístico do estado de Alagoas no segmento, não só da região litorânea, como também, do interior do Estado, desenvolvendo o potencial turístico desses municípios. Segundo o Novo Mapa do Turismo (2019) os principais polos turísticos do Estado de Alagoas são os municípios abaixo:

- **Costa dos Corais (Litoral Norte)**
Barra de Santo Antônio, Japaratinga, Maragogi, Paripueira, Porto Calvo, Passo de Camaragibe, Porto de Pedras, São Miguel dos Milagres;
- **Lagoas e Mares do Sul (Litoral Sul)**
Barra de São Miguel, Pilar, Coqueiro Seco, Coruripe, Feliz Deserto, Jequiá da Praia, Marechal Deodoro e Roteiro;
- **Caminhos do São Francisco (Alto e Baixo São Francisco)**
Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho D'Água do Casado, Pão de Açúcar, Piranhas, Porto Real do Colégio, Penedo e Piaçabuçu, São Brás e Traipu;
- **Agreste**
Palmeira dos Índios, Junqueiro, Arapiraca, São Sebastião, Campo Alegre, Boca da Mata e Lagoa da Canoa;
- **Caatinga (Alto Sertão)**
Major Isidoro, Maravilha, Mata Grande, Olho D'Água das Flores, Poço das Trincheiras, Senador Rui Palmeira, Santana do Ipanema e São José da Tapera;
- **Quilombos (Alto Sertão)**
Ibateguara, Mar Vermelho, Paulo Jacinto, Quebrangulo, São José da Laje e União dos Palmares, Viçosa;
- **Grande Maceió (Região Metropolitana)**
Maceió e Rio Largo.

Vale destacar os municípios da região do Sertão, que tem um enorme potencial em diversos segmentos do turismo: de aventura, artístico, rural, cultural e histórico. Um destino turístico repleto de possibilidades interessantes e direcionadas a diversificados nichos de mercado.

Diante deste cenário, é perceptível o alto crescimento econômico no país, ou seja, atividade turística traz, em grande medida, consequências positivas para o desenvolvimento local ou regional. Assim como afirma Barbosa (2004), o turismo com base local ou regional constitui numa mediação possível para dar algum dinamismo econômico aos lugares, representada pela possibilidade de geração local ou regional de ocupação e renda, que por sua vez, constitui o braço economicista da ideologia do localismo/regionalismo.

1.3 A relação da cultura com o mercado do turismo

Segundo Gomes (s.d), o patrimônio cultural é de extrema utilidade para a atividade turística, quando se observa o crescimento de demandas nacionais e internacionais interessadas em conhecerem o legado cultural das destinações turísticas.

Richards (2001 apud Marujo, 2014) salienta que a cultura, na maioria dos casos, constitui um trunfo importante para o desenvolvimento do turismo. Ela, em muitos casos, é considerada um fator determinante do crescimento do consumo de lazer.

Seguindo a mesma linha argumentativa, Beni (2003, apud Ribas, 2013 p. 21) destaca que para a atividade turística ocorrer com sucesso é necessário haver a associação entre a matéria-prima turística local (patrimônio histórico, paisagem natural, entre outros) e a infraestrutura urbana e de acesso (hotéis, restaurantes, estradas, entre outros), para que, desta forma, o turismo possa ser transformado em um produto de consumo. Sobre essa concepção Melgar (2001, p.71) aponta que:

O turismo tem como sua matéria prima os atrativos turísticos classificados nas seguintes categorias: sítios naturais, históricos, culturais, congressos e eventos, educacionais, recreacionais, saúde e negócios, sendo eles que motivam o deslocamento dos turistas para ver, fazer, sentir e desfrutar de sua existência em determinadas regiões.

Assim como destaca o autor, os segmentos do turismo são classificados em diversas categorias, permitindo que o turista possa conhecer a história da sociedade em que se formou através dos tempos, ou seja, o que levou o país a ser o que é hoje. O Ministério do Turismo (2010) reconhece essas tendências de consumo como oportunidades de

valorizar a diversidade e as particularidades do Brasil. Por isso, propõe a segmentação como uma estratégia para estruturação e comercialização de destinos e roteiros turísticos brasileiros. E dentre esses segmentos, vamos dar ênfase ao turismo cultural.

Seja chamado de turismo cultural, turismo de patrimônio ou turismo de patrimônio cultural, o fenômeno de viajantes em busca de encontros excitantes e educativos com as pessoas, as tradições, a história e a arte dos povos. É uma tendência emergente na indústria do turismo. É uma maneira de atrair mais visitantes de outras nações, assim como satisfazer a crescente demanda do turismo doméstico por descobrir nossas próprias raízes e identidades. Mais que isso, exemplos de todo o mundo demonstram que um sistema de turismo cultural no qual as próprias comunidades investem na preservação, no desenvolvimento e na promoção de seus principais sítios históricos e tradições, pode constituir-se em parte de uma estratégia mais ampla de desenvolvimento sustentável. (Lucas, 2003 apud Brunelli; Camargo; Campos e Gandara, 2006, p. 133).

Richards (1996; 2009 apud Marujo, 2015) propõe uma definição de turismo cultural que se baseia no modo como os turistas consomem a cultura. Marujo (2015) argumenta que a cultura se compõe de processos (as ideias e o modo de vida das pessoas) e dos produtos desses processos (edifícios, artefatos, arte, tradições, ambiente, festividades, lugares, ofícios e modos de fazer), então, o turismo cultural não implica somente a visita a lugares e monumentos, mas também o consumo do modo de vida (costumes e tradições) dos lugares visitados.

Vaquero (2006 apud Marujo, 2015) também realça que nos dias de hoje a cultura torna-se objeto de consumo de massas e o turismo cultural constitui uma manifestação do consumo e cultura de massas. A partir dessa concepção do autor, é importante entender o processo de mercantilização das manifestações culturais e artísticas, ou seja, o processo de transformação de bens culturais em mercadorias.

Sobre este processo de transformação da cultura numa mercadoria, Leite (2002) destaca que atualmente, as políticas de gentrificação têm contribuído para fazer dos lugares históricos e reconhecidos como representativos das culturas têm sido transformados em vitrines para o consumo. Em parceria com o poder público empresas de capital privado têm cada vez mais, se apropriado das áreas centrais e históricas das cidades, reconhecidas como patrimônio cultural, para produzi-las como objeto de consumo para o mercado turístico. Nesse sentido, eles produzem estes lugares, ao mesmo tempo em que delimitam um público consumidor: pessoas abastadas, que podem pagar para frequentar essas áreas reconhecidas como patrimônio cultural.

Nesse sentido, é importante enfatizar, assim como Reis e Rodrigues (2019), que é preciso um olhar atento do poder público, através de metodologias participativas, para que a população vulnerável, também, seja agregada nessas políticas e possa usufruir das benesses econômicas advindas com o turismo para determinadas cidades históricas.

Nesse sentido, conforme o Ministério do Turismo (2010), as atividades turísticas que podem servir ao segmento de Turismo Cultural, são: ossítios históricos, obras de arte, gastronomia, artesanato, feiras, música, dança, teatro, festas, festivais, celebrações locais e entre outras atividades. Como podemos ver, o turismo cultural é um insumo importante para a formação de produtos diversificados. E o poder público tem o papel fundamental de regular essa atividade garantindo desenvolvimento não só econômico como também, social, para população que habita em áreas reconhecidas como patrimônio cultural nas cidades.

Vale ressaltar, que as atividades relacionadas às festas populares, referências culturais centrais, segundo Fonseca (2002), vêm crescendo significativamente e se tornando matéria prima para o turismo das cidades interioranas, como fator principal e gerador de riqueza, ocasionando o aumento nos indicadores econômicos e sociais, originando impactos positivos na economia local. Schneider (2006, p. 1), por exemplo, destaca que o turismo cultural é hoje uma realidade para muitos municípios que buscam desenvolver-se de forma sustentável e agregar mais valor à sua cidade. A população local pode utilizar desses elementos, a fim de desenvolver produtos especializados que contenha características culturais do lugar, com o objetivo de atrair visitantes, valorizando-se a localidade e ajudando na manutenção da cultura.

Esse mercado focado no turismo e nas áreas reconhecidas como patrimônio cultural, reflete diretamente no setor econômico, propiciando a geração de renda, ampliação de empregos, arrecadação de impostos, produção de bens e serviços, além da sua contribuição para o Produto Interno bruto (PIB), que é a soma de todos os bens e serviços finais produzidos por um país, estado ou cidade, geralmente em um ano. Portanto, o patrimônio cultural é um elemento crucial para o desenvolvimento das regiões.

2. METODOLOGIA

Como já foi dito anteriormente, para esta pesquisa foi utilizada uma metodologia qualitativa, de caráter descritivo. Foram coletados dados secundários, como documentos e referência bibliográfica, assim como dados primários, como entrevistas sobre as impressões dos representantes do setor de serviços da cidade de Santana do Ipanema sobre o festival da juventude. Desse modo, a metodologia desta pesquisa foi dividida em duas fases.

Na primeira fase foi realizado um levantamento bibliográfico e documental em sites especializados na divulgação da produção do conhecimento científico nacional, visando montar um banco de dados com artigos, dissertações e teses que abordassem os temas do turismo e do patrimônio cultural, visando mapear o modo como as festividades, elemento cultural tão importante na socialização das cidades, têm sido tratadas na literatura das ciências sociais.

Na segunda fase foram realizadas algumas entrevistas semiestruturadas com representantes do setor de serviços do município, e um representante da prefeitura, com o intuito de analisar as suas impressões sobre o potencial da festividade da juventude para o turismo do município.

Apresentamos agora a metodologia utilizada. De início vamos tratar sobre alguns apontamentos da pesquisa bibliográfica. Em seguida, apresento alguns relatos coletados durante a aplicação das entrevistas com grupo pré-selecionado para o estudo.

3.1 Pesquisa bibliográfica e documental

Para o alcance do objetivo proposto, a presente pesquisa utilizou o método descritivo com uma abordagem qualitativa. Para a elaboração desse estudo, fez-se necessário o levantamento bibliográfico, utilizando-se de informações disponibilizadas em acervos virtuais de órgãos públicos, como o do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Ministério do Turismo e o Ministério de Cultura.

Além disso, foram feitos acessos em algumas bibliotecas de várias Universidades brasileiras, como na Biblioteca da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), na Biblioteca da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), na Biblioteca da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), na Biblioteca da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Tomamos como base artigos, teses, dissertações de autores que debatem e analisam questões que tratam sobre o patrimônio histórico e cultural e da memória coletiva de um lugar, estudos relevantes sobre a transformação de referências culturais em objetos de consumo, especialmente as festas populares.

O foco do nosso interesse recai especificamente na literatura que trata o patrimônio cultural e sua relação com o setor do turismo no Brasil, especialmente, no modo como as festividades populares, que são referências culturais importantíssimas de uma sociedade, são utilizadas com a finalidade de dinamizar o turismo nas cidades.

Segundo Gil (2002 apud Cunha, 2014, p.50) o objetivo maior da pesquisa descritiva é “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”, pois a descrição tem o objetivo gerar informações, que agregam valor ao elemento analisado, possibilitando um maior entendimento sobre objeto de estudo.

Ainda com relação à pesquisa descritiva, Dencker expõe que:

Em geral procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis. Utiliza técnicas padronizadas de coleta de dados como o questionário e a observação sistemática. A forma mais comum de apresentação é o levantamento, em geral realizado mediante questionário e que oferece uma descrição da situação no momento da pesquisa. (Dencker, 1998 apud Cunha, 2014, p. 50).

A descrição é a base da interpretação das pesquisas. A partir dela vai emergir elementos para que o pesquisador possa identificar relações, como, por exemplo, a relação que há entre elementos culturais com o mercado do turismo. Mas em um ponto é possível discordar de Denker (1998): de que a pesquisa descritiva é realizada mediante aplicação de questionário. Na verdade, ele está correto quando afirma isso, mas é importante enfatizar, assim como Bauer e Gaskell (2002), que a aplicação de entrevistas, de cunho estruturado ou semiestruturado, também, possibilita uma base sólida para a pesquisa de caráter descritivo.

3.2 Entrevistas

Na segunda parte do trabalho, após o levantamento bibliográfico, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com a participação de pequenos e grandes comerciantes do setor de serviços do município, objetivando contribuir e enriquecer o trabalho com informações relevantes, que possibilitassem uma análise do Festival da Juventude como um recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema, e sua influência na economia local.

É importante ressaltar, segundo o Trinivos (1987 apud Mazini, 2003) que a entrevista semiestruturada tem como característica questionamentos básicos que são apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Esses questionamentos permitem o surgimento de novas hipóteses.

A partir desse fragmento, é possível observar que a entrevista, quando o pesquisador já se encontra bem inserido no grupo pesquisa, é uma estratégia que permite aprofundar temas pré-selecionados com certa flexibilidade de condução. Ainda seguindo este argumento, de que a entrevista semiestruturada “[...] favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade [...]” além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRINIVOS, 1987, apud MANZINI, 2003).

Diante disso, Cunha (1982 apud Barros, 2014, p.21) considera a entrevista como uma técnica que possibilita o contato direto com o entrevistado, permitindo captar suas reações, sentimentos, hábitos, etc. Dando um maior grau de confiabilidade aos dados coletados.

Seguindo estas orientações metodológicas, os dados foram coletados de maneira a dar liberdade aos entrevistados para expressarem as suas opiniões acerca da importância do Festival da Juventude. As entrevistas semiestruturadas contribuíram para a verificação da realidade percebida pelos entrevistados, sobre os reais impactos socioeconômicos gerados pelas manifestações culturais em seu município, considerando o objeto de estudo não como apenas uma simples festividade, mas como uma referência que é parte integrante da sua cultura.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Neste capítulo apresentamos as festividades do Sertão de Alagoas, dando ênfase ao Festival da Juventude da cidade de Santana do Ipanema. Inicialmente apresentamos algumas das principais festas da região. Depois disso, analisamos como a festividade é utilizada pelo poder público para promover o turismo no município, no comércio, ou mesmo para movimentar a cidade. Em seguida, analisamos os resultados das entrevistas com alguns comerciantes e representantes do setor de turismo do município.

4.1 Festas populares do Sertão Alagoano

A cultura é um universo diversificado de heranças simbólicas que possuem significados enriquecedores para a sociedade contemporânea. As manifestações culturais, em especial as festas populares, são referências que emergem a partir de interações culturais, sociais, políticas e econômicas. Carvalho (2016, p. 5), por exemplo, salienta que, no âmbito do turismo, as festas populares são identificadas como importantes atrativos, gerando interesse de visitantes que buscam entrar em contato com os aspectos imateriais da cultura.

Segundo Mazoco (2007 apud Carvalho, 2016, p. 5) as festividades são:

[...] ao mesmo tempo espaços materiais e simbólicos carregados de afetividade, onde há a circulação de objetos, artefatos entre os membros de uma comunidade e exterior a ela; Momentos da vida em sociedade nos quais se evidenciam os laços de solidariedade, de reciprocidade e de sociabilidade, e ainda, de reafirmação das identidades.

As festas são celebrações que foram construídas ao longo do tempo, como representações culturais, que possuem, no entanto um papel fundamental no sentimento de pertencimento dos indivíduos e da coletividade, da mesma forma que, contribuem para a construção e afirmação da identidade de determinados grupos sociais (FONSECA, 2002). No que tange a relação entre as festividades e o turismo, Menezes (2003 apud Carvalho, 2016, p. 5) argumenta que “as dramatizações, realizações de bailes e musicais, celebração de festas populares e religiosas são algumas atividades que valorizam a experiência do visitante no lugar. Logo, todas estas manifestações tornam-se objetos do turismo”. No entanto, as danças, festas, celebrações religiosas, são manifestações culturais que precisam ser alteradas ao longo do tempo, para que tal

cultura possa se modernizar, diante disso, é preciso incorporar novos elementos, cuja estratégia visa a sua permanência no mercado do turismo.

Canclini (2003 apud Brandão e Marques, 2008, p. 23) faz a seguinte colocação:

Pensemos em uma festa popular, como podem ser a festa do dia dos mortos ou o Carnaval em vários países latino-americanos. Nasceram como celebrações comunitárias, mas num ano começaram a chegar turistas, logo depois fotógrafos de jornais, o rádio, a televisão e mais turistas. Os organizadores locais montam barracas para a venda de bebidas, do artesanato que sempre produziram, souverirs que inventam para aproveitar a visita de tanta gente. Além disso, cobram da mídia para permitir que fotografem e filmem. Onde reside o poder: nos meios massivos, nos organizadores das festas, nos vendedores de bebidas, artesanatos ou souverirs, nos turistas e espectadores dos meios de comunicação que se deixassem de se interessar desmoronariam todo o processo? Claro que as relações não costumam ser igualitárias, mas é evidente que o poder e a construção do acontecimento são resultado de um tecido complexo e descentralizado de tradições reformuladas e intercâmbios modernos, de múltiplos agentes que se combinam.

O autor relata as transformações que são originadas através das festividades, que impulsionam o crescimento de turistas e, conseqüentemente, o aumento do capital nas cidades. Brandão e Marques (2008, p.16) relatam que “à medida que as festas populares são infiltradas por elementos comunicacionais e capitalistas elas passam a atrair um maior público que não tem identidade e sentimento de pertença com a manifestação e tende a enxergá-la como espetáculo e produto a ser consumido”. Diante disso, é notável que as festas não movimentam somente a cultura local, mas também atraem investimentos e turistas de todo o mundo.

Segundo os dados do Ministério do Turismo (2018), de Norte a Sul do país, grandes, médias e pequenas festas mostram porque o Brasil é a 8ª potência cultural do mundo, segundo o Fórum Econômico Mundial (2018). O Nordeste é a região do Brasil mais procurada por turistas do mundo todo, devido a sua diversidade cultural, em especial as suas festividades. Sabe-se que o forró é uma celebração originária da região, a qual é utilizada para produção e consumo de diferentes bens culturais.

Dentre as festas mais populosas da região do Nordeste, o Carnaval é uma das que mais se destaca em cidades como Salvador, Recife e Olinda. A mesma é considerada a maior festa popular do mundo, conhecido pelos desfiles de artistas famosos nos trios

elétricos, pelo o ritmo de frevo e do maracatu, além de possuir o maior bloco carnavalesco do mundo, O Galo da Madrugada.

O “São João do Nordeste” é uma das celebrações que mais se destacam em todo território Brasileiro, uma celebração marcada pela a quadrilha, gastronomia, danças e atrações musicais de artistas nacionais, regionais e locais. As cidades de Campina Grande na Paraíba e de Caruaru, em Pernambuco, disputam o título de Capital do Forró, por conter o melhor São João do Brasil, com as festividades de maior divulgação entre os outros estados da região.

Festivais de música que também são atrações turísticas na região Nordeste, como o Fest Verão Paraíba, em João Pessoa, Festival de Verão de Salvador, Ceará Music em Fortaleza, Maceió Fest, em Maceió, Alagoas, dentre outros festivais, que representam a valorização da cultura e o “regaste” de tradições. Além disso, as festas tendem gerar grandes negócios para os estados da região.

O estado de Alagoas, especificamente, é destaque no que se referem às festividades das cidades interioranas, dispondo de variados eventos que ocorrem ao longo do ano, especialmente, a região do Sertão. Há uma diversidade de eventos culturais, cujas festividades contém laços de tradições religiosas e culturais das cidades, e que são transformadas em objetos de consumo, logo, acarretando novas possibilidades para o desenvolvimento destas regiões.

As cidades do Sertão Alagoano que mais recebem intensa movimentação devido às suas festividades são: Canapi, Água Branca, Olho d’Água das Flores, Ouro Branco, Santana do Ipanema, São José da Tapera e entre outras cidades da região do Sertão. Vejamos agora algumas destas festividades mais de perto a partir dos dados produzidos pelo Mapa do Turismo no estado de Alagoas (2019).

Uma das festividades mais famosas da região é a Festa do Feijão, realizada no mês de outubro, na cidade de Senador Rui Palmeira, ela foi criada pelo o ex-prefeito Siloé Moura. Segundo o mesmo, a cidade era uma grande produtora de feijão, e criou o festival no intuito de que os moradores locais pudessem ter um momento de lazer, logo, a festa se tornou popular e passou a atrair turistas de vários lugares do estado, a mesma já é tradição chagando a sua 11º edição. Conforme os dados da Associação dos Municípios Alagoanos (AMA, 2019), a festa do feijão promove a valorização de uma

das culturas mais importantes da região, e tem como entretenimento as feiras com exposições, vendas de artesanato, sorteio de brindes para os agricultores, forró Pé de Serra com Doca Sanfoneiro, caldinho de feijão, apresentações culturais e a Culminância do Projeto: “A Cultura do Feijão”.

Outra festividade que tem se destacado no interior do estado de Alagoas é o Festival de Inverno da cidade de Água Branca, sendo considerado um dos maiores eventos do Sertão, chegando a sua 16ª edição, o mesmo é realizado no mês de agosto. O chamado “Festival de Inverno” se deu diante do período chuvoso, ao registrar temperaturas de aproximadamente 10 graus no Alto Sertão de Alagoas. São exatamente três dias de festejos, contendo apresentações culturais, arte, culinária, atrações musicais do cenário nacional, regional e local. O município é guardião de um dos conjuntos arquitetônicos mais formidáveis de Alagoas, e durante esse período de festival, os turistas tendem apreciar e desfrutar desses atrativos culturais, produzidos com o intuito de trazer mais turistas para a cidade.

Na cidade de Ouro Branco, o Festival do Algodão é realizado no mês de dezembro, chegando a sua 11ª edição. O festival tem como objetivo apresentar a comunidade local e aos visitantes a importância do município na produção do algodão, como também elementos da cultura sertaneja. E com isso a festa se torna uma referência cultural do município, que tende a valorizar as diversidades de produtos originados da região e dinamizar a economia local através do turismo que é incentivado pela festa. Durante o período festivo conta-se ainda com diversas atividades, como exposições de produtos artesanais, apresentações folclóricas, gastronomia e shows musicais com artista nacional, regional e local.

Focando nossas atenções agora especificamente para a cidade de Santana do Ipanema, o Festival da Juventude é uma das atrações turísticas do município, e é considerada como a maior festa jovem do Estado de Alagoas. A mesma é realizada no mês de julho, e atualmente encontra-se na sua 57ª edição. O evento propõe a realização de shows musicais com a participação de artistas locais, regionais, nacionais, além de uma série de competições esportivas e culturais que acontecem no período festivo. São mais de 50 anos de tradição, a mesma foi criada em 1961 e surgiu através de um grupo de jovens, que criaram uma festa no intuito de arrecadar recursos para ajudar na festa religiosa da Padroeira Senhora Santana em seu novenário, com isso resultou no Festival

da Juventude. A festa tem se destacado como uma das maiores da região, primeiro pelo número de visitantes que vêm até à cidade, segundo, por mobilizar a economia e o setor de turismo e serviços da cidade.

Essas festas populares possuem um alto potencial turístico, a fim de atrair milhares de turistas das demais regiões do Estado e do Brasil. As regiões investem intensamente na infraestrutura e na criação de novos polos turísticos para o estado. Na perspectiva de elevar ainda mais o consumo de produtos artísticos e culturais, possibilitando um aumento significativo nos indicadores socioeconômicos dos municípios. Sobre a oferta e a demanda no setor do turismo, Gorgos (2014, p. 25) faz a seguinte colocação:

A questão fundamental é promover o aumento na estadia do turista para que ele possa usufruir de todas as atividades que deseja e, assim, aumentar o seu gasto local. Uma estratégia que pode ser trabalhada pelas manifestações culturais além da realização de eventos específicos e renomados, é a integração com outros equipamentos turísticos, como a difusão de eventos de arte e cultura num meio de hospedagem, num restaurante, num shopping.

Diante disso, sabemos que a maior parte dos gastos dos turistas é com alimentação, hospedagem, transporte, além é claro do próprio consumo dos bens culturais, como música, comida, danças, entre outros, característicos do sertão do estado de Alagoas. Levando isso em consideração, sabe-se que a parte maior dos gastos é com empresas hoteleiras, aéreas e entre outras. Portanto, as festas são inseridas no mercado como bens e serviços a serem produzidos, comercializados e consumidos. Essas referências culturais de origens imaterial e material têm incentivado empresários e investidores a promover novos empreendimentos hoteleiros nas cidades do interior de Alagoas.

4.2 Festival da Juventude: uma referência cultural de Santana do Ipanema

O presente trabalho tem por objetivo analisar o potencial turístico de uma festividade realizada anualmente no Sertão Alagoano: a Festa da Juventude da cidade de Santana do Ipanema. De acordo com manual do Inventário Nacional de Referências Culturais (IPHAN, 2002), as referências culturais constituem em uma riqueza simbólica que geram atribuições de sentidos e valores. Elas se dividem em cinco tipos: celebrações, festividades, edificações, lugares e objetos e modos de fazer. Segundo Tomaz (2010, p. 6) o que torna um bem dotado de valor patrimonial é a atribuição de sentidos ou significados que tal bem possui para determinado grupo social, justificando,

assim, sua preservação. E posteriormente contribuindo para a memória individual e coletiva. A identidade cultural de um país, estado, cidade ou comunidade se faz com a memória individual e coletiva; a partir do momento em que a sociedade se dispõe a preservar e divulgar os seus bens culturais dá-se início ao processo denominado pelo autor como a construção do ethos cultural e de sua cidadania (Pelegri 2006 apud Rocha, 2012).

Segundo a autora, quando a cidade passa a divulgar as suas referências culturais, a mesma passa a consolidar e fomentar o turismo no município. Ainda que, essas particularidades tendem transmitir novos conhecimentos, além de contribuir para avivar a consciência do valor cultural e simbólico. Cruz, Pinto e Menezes (2008, p.1) enfatizam que todo espaço ou lugar possui uma significação de existência que o torna singular, definidor de uma identidade que vem a constituir-se em sensação de pertencimento pelas práticas exercidas no cotidiano da comunidade, de modo a consolidar uma referência para o lugar ou região. Portanto, sabe-se que as manifestações constituem em um valor inestimável para a construção da sociedade.

Santana do Ipanema é uma cidade do Estado de Alagoas, localizada na região do sertão. Com uma população, conforme estimativas do IBGE (2018) de 47.486 habitantes e um território de 437.875 km². Santana do Ipanema integrou-se no Mapa do Turismo de Alagoas, validado pelo o Ministério do Turismo (MTUR), a mesma foi reconhecida como uma cidade turística da região da caatinga pelo o governo do estado, por meio da Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR). Por conter bens patrimoniais e referências que engrandecem a cultura da região.

O Festival da Juventude é uma das maiores referências culturais da cidade de Santana do Ipanema, podendo ser classificada de acordo com o IPHAN (2002), como uma referência cultural da cidade. A tradicional festa da Juventude é carregada de simbologia referências ao Sertão Alagoano, se tornando algo marcante para muitas pessoas. Segundo Oliveira e Calvente (2010), as festas podem propiciar o enriquecimento cultural por meio de contato entre diferentes realidades: sensações, experiências, ambientes e paisagens, ou seja, uma vivência diferente do habitual.

Essa manifestação cultural foi criada em 1961, através de um grupo de jovens que objetivaram criar um evento com o intuito de arrecadar dinheiro para a elaboração dos festejos religiosos de Sant'Ana, a padroeira da cidade para prestar-lhe homenagens.

A cada edição a festa foi se tornando um dos maiores eventos de toda região, logo passou a ser considerada como a maior festa jovem de todo estado de Alagoas. Esta festividade surge, então, como parte das celebrações religiosas do município, vindo, mais tarde, a se tornar uma festividade voltada a divulgar o nome da cidade e seu patrimônio cultural.

São 57 anos da tradicional Festa da Juventude, a mesma ocorre na segunda semana do mês de julho. Como sabemos para a realização de eventos, é necessário A organizar todo o espaço, bem como a execução de reuniões a serem promovidas pela a prefeitura, contendo objetivo de detalhar devidas providencias e responsabilidades que sejam relacionadas a critérios preventivos, com intuito de garantir a segurança de todos. São medidas decorrentes do Ministério Público, para que o evento ocorra de forma pacífica, com a contribuição da Policia Militar, Policia Civil, Policia Rodoviária Federal, Corpo de Bombeiros e entre outros órgãos públicos, que têm como objetivo realizar a fiscalização durante todo o período da Festa da Juventude, e reordenar o espaço público da cidade de acordo com as demandas da festa e o fluxo de turistas que vêm até a cidade para o evento. É instalado no local uma mega estrutura para receber os turistas, elevando a produção econômica, cultural e turística de todo município.

A festa era realizada na praça central do município, na Avenida Dr. Arsênio Moreira, em uma área de 12.500 m² e capacidade de público de 20 mil pessoas. Mas depois de 56 anos, a mesma passou a ser realizado no Centro de Convivência no Largo Cônego José Bulhões. A nova área conta com 16.500 m² e capacidade máxima de comportar 46 mil pessoas. A mudança de espaço ocorreu, devido ao crescimento do público, além dos diversos transtornos e reclamações causados pelo o Festival, por parte de moradores e comerciantes daquela localidade.

As atrações musicais são diversificadas, com artistas nacionais, regionais e contendo, também, a participação de artistas da cidade. Todos os artistas que se apresentam na festividade, sejam artistas locais ou nacionais, sem exceção, recebem pela apresentação, cujos valores estão disponibilizados no Portal da Transparência da Prefeitura. Sabe-se que música é uma expressão artística e cultural que demonstram a valorização e o fortalecimento de identidades. Assim, como citado pelo o autor Georg Solti (1997apud Leite, 2011, p.141):

[...] existem tantos gêneros de música quantos povos e lugares diferentes. Em todos os cantos do planeta, a música desempenha uma parte muito importante na vida das pessoas: nos ofícios religiosos, como entretenimento, como um meio de comunicação ou simplesmente como um prazeroso passatempo.

Além da participação de artistas que engrandecem o evento, durante o período de festividade, ocorrem diversas competições esportivas, como a copa feminina da juventude de futebol de campo, copa alagoana de MTB, copa mandacaru de handebol, copa juventude de futsal, corrida de jegue, torneio de sinuca, torneio de buraco, corrida da juventude, MotoCross e desfile da rainha da juventude. Essa referência cultural central no imaginário da cidade termina agregando outras referências da cultura sertaneja. Segundo Del Priore (2000 apud Oliveira, Calvente, 2010):

Os jogos, as danças, as músicas e outros elementos culturais que fazem parte da programação não só significam descanso, prazer e alegria, mas também possuem uma função social, pois [...] permitem às crianças, aos jovens, aos espectadores e atores da festa introjetar valores e normas da vida coletiva, partilhar sentimentos coletivos.

Dessa forma, o festival atrai turistas de todos os estados do Brasil, especialmente na região Nordeste. Essas referências culturais possuem um papel fundamental que demarcam culturalmente o nosso país, por serem dotadas de significados e sentidos que enriquecem a historicidade da cidade. Nesse sentido, como já foi tratado nos capítulos anteriores através da literatura especializada (LEITE, 2000; Reis; Rodrigues, 2019), a festa se torna um recurso turístico da cidade, utilizado para fomentar a economia local.

4.3 Festival da juventude como um recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema

Em uma sociedade de consumo, a diversão e o entretenimento passam a ter um valor imprescindível, especialmente às festas populares que são consideradas como um fator de identidade cultural, que representam um conjunto de referências e sentidos enraizados na vida das pessoas. Esse reconhecimento da cultura possibilita reforçar a valorização bem como o incentivo ao desenvolvimento local.

É notável a importância acerca da transformação de elementos culturais em objetos de consumo (LEITE, 2000), e a festa da juventude se torna uma estratégia política e econômica que articula o patrimônio cultural da cidade (os lugares, as comidas típicas, a

paisagem, etc.), e faz dele um recurso para dinamizar o turismo e a economia local. O poder público, na perspectiva de atender às necessidades do consumo visual e estético dos visitantes, como também os interesses econômicos da cidade, utiliza-se de recursos que impulsionam a atividade turística na região. Segundo Rodrigues (2003), os organismos municipais, assim como as empresas, são bases indispensáveis para o processo de desenvolvimento turístico na região. Essas bases são fundamentais para o turista entre em contato com o produto turístico, e realize o ato de consumo. Diante disso, é notável que as entidades interessadas poderão tirar grandes proveitos, sejam ele econômicos, sociais, culturais, ambientais e entre outros.

As ações utilizadas pelo o poder público para elevar turisticamente a festividade tem por objetivos fomentar a geração de emprego e renda, incentivar as atividades culturais locais, estimular melhorias na infra-estrutura do município, além de preservar e conservar referências e patrimônios históricos e artísticos de origem material e imaterial. Vale ressaltar que Santana do Ipanema foi inclusa no Mapa do Turismo de Alagoas, como uma das principais cidades turísticas da região do Sertão.

Em uma entrevista realizada com um representante da prefeitura do município: “A Festa da Juventude contribui significativamente para o Produto Interno Bruto (PIB) da cidade. Após um levantamento financeiro realizado na última edição em 2019, é constatado que a festa movimentou mais de R\$ 5 milhões na economia do município.”

¹Essas evidências apontam que a mesma tem proporcionado impactos significativos na economia local.

No que diz respeito ao lucro gerado pela a festividade, é evidente o quanto a mesma favorece e eleva a produção econômica, cultural e turística de todo município. Como os bares, restaurantes, hotéis, loja de calçados e confecções, salão de beleza e entre outros empreendimentos, mas a economia não apenas movimenta no meio formal, mas também gera renda para os ambulantes informais, que trabalham durante o período festivo, com barracas de lanches, bebidas e objetos culturais. Propiciando a geração de empregos diretos e indiretos, além dos diversos benefícios relacionados às condições de vida da população.

¹ Entrevista concedida pelo representante da prefeitura. Agosto de 2020. Assessor da Prefeitura Municipal de Santana do Ipanema.

Com base no relato do Assessor da prefeitura, sobre a estratégia utilizada pelo poder público local para a divulgação da festividade visando atrair turistas, ele observa que:

A Prefeitura executa um planejamento de mídia para rádios, sites, TVs e outros meios de comunicação. São em média 20 dias de divulgação nas rádios da cidade, e municípios vizinhos, sites de todo Estado, emissoras de TV (Globo, SBT e Record). Na divulgação, além da programação, divulgamos pontos turísticos e onde se hospedar e comer no município. (INFORMAÇÃO ORAL).²

Ao analisar as construções do festival da juventude como recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema, compreende-se, o quanto esse evento favorece para o desenvolvimento econômico e social. É notável a agregação de renda através das atividades comerciais devido ao aumento no consumo de serviços e produtos no município, contribuindo dessa forma para o aumento das perspectivas de trabalho para a população local na geração de novos negócios diretos e indiretos. Além de reforçar o a importância dos patrimônios históricos e artísticos da cidade.

A festa implica na produção de música, comida, objetos específicos, que levam brilho, som, cor e sabor para os visitantes. Os reflexos dessa festividade influenciam diretamente na percepção dos moradores e empresários em relação aos impactos socioeconômicos. Neste sentido, essa referência se torna um cartão de visitas para a cidade, fomentando a transformação de elementos culturais em objetos de consumo.

4.4 Resultado da percepção dos comerciantes sobre a movimentação da festa em seus estabelecimentos

Ao analisar o festival da juventude constatamos que o evento movimenta os mais variados setores econômicos do município. As atividades englobam os setores de hotelaria, de lazer, gastronômico e entre outros serviços. Deste modo os empresários se apropriam e utilizam como espaço para reprodução de capital. Existe na cidade uma demanda real composta por turistas de outros estados, que visitam a cidade exclusivamente para conhecer o festival. Nesse sentido, a festa movimenta um número quantitativo de pessoas na cidade, logo, existe um alto consumo de bens e serviços.

² Idem, Ibidem.

Nas informações obtidas através dos três empresários entrevistados, através da pergunta sobre se os mesmos poderiam informar se você frequentavam a festa da juventude como individuo ou como comerciante, observamos que eles frequentam a festa da juventude todos os anos, não apenas como comerciantes, mas também como indivíduos, oportunizando vivenciar momentos de lazer com parentes e amigos. Um dos entrevistados foi a comerciante local da Loja Passarela Modas, sobre o que já ouviu falar sobre a festa ou se a mesma frequentava como individuo ou como comerciante. E com suas palavras destacou o quanto essa festividade representa para ela:

Já sim, pois é uma festividade tradicional da cidade, onde atende o maior público jovem da região, aliás, estou inserida nesse público, a mesma movimentada todo o comércio da cidade e fornece diversas atrações como o show e até mesmo atrações durante o dia que é realizado durante o período de festa. E sim, participo como indivíduo e ao mesmo tempo como comerciante. (INFORMAÇÃO ORAL).³

No relato da entrevistada é possível identificar sua percepção sobre a questão financeira que a festa pode gerar, e essa questão foi amplamente citada por todos os empresários e a maior parte deles fez referência ao aumento da circulação de dinheiro no município durante a festa, acarretando ao comércio local um aumento significativo nas vendas. Foi perguntado para os empresários se a festa da juventude afetava o seu comércio, se a mesma gerava mais renda ou menos renda, se havia um aumento ou diminuição das vendas, se lucro nos dias da festividade, se há aumento de contratações, enfim, como a mesma afetava a renda local. Segundo empresária da Loja Passarela Modas:

A festa da juventude é um elemento crucial para o meu segmento (Calçados e confecções), pois é um segmento que realmente tem um aquecimento muito grande no período festivo, que acaba resultando em um aumento significativo na renda. Nesse período é onde ocorre o maior número de vendas, gerando ainda mais lucros. (INFORMAÇÃO ORAL).⁴

É possível observar que esse setor de roupas e calçados seja um dos primeiros a sentir positividade. Ainda sobre análise dos impactos econômicos referente ao festival, o setor hoteleiro, assim como gastronômico, possui também um aquecimento no período festivo, como relata a proprietária do Restaurante e Pousada Aquarelas: “A festa da

³ Entrevista concedida por representante do comércio local, Agosto de 2020. Setor calçados e confecções, empreendedor.

⁴ Idem, ibidem.

juventude afeta o meu comércio de forma positiva, a mesma gera bastante lucro. A pousada sempre lotada no período festivo, da mesma forma o restaurante.”⁵ É notório o alto faturamento das lojas no município.

Diante das informações, foi perguntado se existia alguma estratégia de divulgação pelo os empresários com fins de atrair turistas, constatou-se que a maioria dos entrevistados utiliza-se das redes sociais para a divulgação dos seus produtos e serviços.

Nesse sentido é possível observar uma estratégia local para divulgar a festa da juventude: as redes sociais. Ao mesmo tempo em que eles utilizam das redes para divulgar a festa, terminam por auxiliar na produção da imagem da festa como uma das principais referências culturais da cidade.

As entrevistas com os empresários do comércio local corroboraram com a afirmação de que a Festa da Juventude, referência central da cultura sertaneja na cidade, é um recurso turístico indispensável para o município, além de proporcionar a construção cultural, a mesma tem como ferramenta impulsionar o turismo na região. Esta interpretação da festividade vai ao encontro da argumentação de Barroso e Silva (2015, p.32) de que as festas podem ser entendidas, então, como representações de práticas culturais e sociais, que se tornam estratégicas por parte do poder público assim como do capital privado para movimentar o turismo na cidade.

⁵ Entrevista concedida por Gildete dos Santos Silva, Agosto de 2020. Setor Hoteleiro. Empreendedor.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, valoriza-se muito o turismo e a cultura como uma das melhores alternativas de desenvolvimento econômico, enfatizando-se, sobretudo, a dinamicidade e o potencial de crescimento que o setor apresenta, além da estabilidade da atividade econômica em termos de geração de emprego e renda. Este trabalho procurou analisar os possíveis entendimentos sobre o patrimônio histórico e cultural e sua relação com o mercado do turismo, tendo como foco as festas populares, ou seja, as referências culturais transformadas em objetos de consumo.

Sabe-se que as festas populares, e o patrimônio cultural propriamente, vêm se tornando um produto cada vez mais atraente sob o ponto de vista do turismo, gerando um mercado crescente de empregos, produtos e serviços, ao mesmo tempo em que é preciso estarmos atentos nos processos de exclusão inerentes a qualquer atividade econômica. Para tanto, buscou-se analisar o Festival da Juventude como um recurso turístico na cidade de Santana do Ipanema e os impactos socioeconômicos gerados no município.

Através da análise da literatura sobre o tema e das entrevistas foi possível perceber a dinamicidade gerada pelo o Festival da Juventude, o quanto a festa tem contribuído de forma para a melhoria de vários outros aspectos da cidade, como o social e o econômico, por meio do desenvolvimento do comércio local, além do surgimento de empregos diretos e indiretos que impulsionam a geração de renda, ainda que um aumento significativo no PIB da cidade.

Vale ressaltar a presença do município de Santana do Ipanema no mapa do turismo, possibilitando o ingresso de recursos federais para o fomento e potencialização do turismo na cidade. Para tanto é necessário a participação das políticas públicas que visam ações que possam objetivar o turismo, a fim de fomentar a geração de emprego e renda.

REFERÊNCIAS

- AMA. **Prefeitura de Senador de Rui Palmeira realiza a 11ª Festa do Feijão.** Associação dos Municípios de Alagoas. Disponível em <<https://ama-al.com.br/prefeitura-de-senador-rui-palmeira-realiza-a-11a-festa-do-feijao/>>. Acesso em 20 de Agosto de 2020.
- ARANTES, Antônio A. **Como ler o INRC.** In. Inventário Nacional de referências Culturais: manual de aplicação. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 2000.
- BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto imagem e som.** Petrópolis, Rio de Janeiro. Vozes, 2002.
- BARBOSA, Fábila Fonseca. **O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional.** Caminhos de Geografia. 10(14) 107-114, 2005. ISSN 1678-6343.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil.** Disponível em <https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_06.06.2017/art_180_.asp>. Acesso em 08 de Junho de 2020.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas.** Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- BARROSO, Heloísa Pereira; SILVA, Carla Adriana Oliveira. **Cultura, patrimônio e as festas religiosas: uma relação com o desenvolvimento turístico de Luziânia-GO.** Revista de Turismo Contemporâneo- RTC, Natal, v. 3, n. 1, p. 16-35, 2015. ISSN 2357-8211.
- CADA MINUTO. **Santana do Ipanema integra mapa do turismo 2019 sendo sede da Governança da Caatinga.** Disponível em <<https://www.cadaminuto.com.br/noticia/2019/08/02/santana-do-ipanema-integra-mapa-do-turismo-2019-sendo-sede-da-governanca-da-caatinga>>. Acesso em 28 de agosto de 2020.
- CARVALHO, K. D. **Análise do potencial turístico da Festa do Divino Espírito Santo em Alcântara, Maranhão, Brasil.** Turismo & Sociedade. Curitiba, v. 9, n. 1, p. 1-18, janeiro-abril de 2016. ISSN 1983-5442.
- CRUZ, Mércia Socorro Ribeiro; MENEZES, Juliana Santos; PINTO, Odilon. **FESTAS CULTURAIS: Tradição, Comidas e Celebrações.** I Encontro Baiano de Cultura – I EBECULT – FACOM/UFBA. Salvador – Ba, em 11 de dezembro de 2008.
- FONSECA, Cecília Londres. **Referências Culturais: base para novas políticas de patrimônio.** Brasília, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), 2000.
- GANDARA, José Manoel Gonçalves; DE CAMPOS, Carolina Juliani; CAMARGO, Laura Alice Rinaldi; BRUNELLI, Luis Henrique. **Viabilizando a relação entre a cultura e o turismo: diretrizes para o estabelecimento de políticas integradas entre**

os dois setores Turismo - Visão e Ação. vol. 8, n. 1, enero-abril, 2006, pp. 129-140
Universidade do Vale do Itajaí Camboriú, Brasil.

GOMES, Mariana Elias. **Patrimônio Cultural e Turismo.** Disponível em
<<https://www.monografias.com/pt/trabalhos915/patrimonio-cultural-turismo/patrimonio-cultural-turismo2.shtml>>. Acesso em 19 de Junho de 2020.

GORGOS, Aline. **Casa d'Obidos Inovação e excelência em turismo de Habitação.**
2014. Disponível
em<https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/18367/1/ulfl179126_tm.pdf>. Acesso em
07 de Julho de 2020.

INDICADOR ECONÔMICO. Em Corumbá, festa junina movimenta R\$ 2,4 milhões. Disponível em<<http://www.indicadoreconomico.com.br/em-corumba-festa-junina-movimenta-r-24-milhoes/>>. Acesso em 25 de agosto de 2020.

IPHAN. Inventário Nacional de referências Culturais: manual de aplicação. Brasília:
Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), 2000.

LEITE, Edson. **Turismo cultural e patrimônio imaterial no Brasil.** São Paulo:
Intercom, 2011. v. 6. Disponível
em<<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/58b5dbafd758b257f20c42b15c5e5049.pdf>>. Acesso em 23 de Maio de 2020.

LEITE, Rogério Proença. **Contra-usos e espaço público: notas sobre a construção social dos lugares na Manguetown.** Revista Brasileira de Ciências Sociais, n. 49, pp. 115-172, 2002. Jundiaí: Paco Editorial, 2019, v. 182, p. 103-122.

MARUJO, Noemi. **A cultura, o turismo e o turista: Que relação?.***Revista Turydes: Turismo y Desarrollo.* Vol. 7, n 16, 2014. ISSN **1988-5261**

MARUJO, Noemi. *O estudo acadêmico do turismo cultural.* *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 18, 2015.* ISSN **1988-5261**

MARQUES, Luana Moreira; BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **As festas populares como objeto de estudo: contribuições geográficas a partir de uma análise escalar.** Ateliê Geográfico. Goiania-GO, v. 9, n. 3, p. 7-26, 2015. ISSN 1982-1956.

MAZINI, Eduardo José. **Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros.** 2003. Disponível
em<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/3145622/mod_resource/content/1/Entrevista%20semi%20estruturada%20estudo%20UNESP%20Mari%CC%81lia.pdf>. Acesso em de julho de 2020.

MELGAR, Ernesto. **Fundamentos de Planejamento e Marketing em Turismo.** São Paulo: Contexto, 2001.

NODARI, Maria Zeneide Ricardi. **As contribuições do turismo para a economia de Foz do Iguaçu.** Disponível em
<<http://www.economia.ufpr.br/Teses%20Doutorado/Maria%20Zenaide%20Ricardi%20Nodari.pdf>>. Acesso em 10 de Junho de 2020.

OLIVEIRA, Alini Nunes de; CALVENTE, Maria Del Carmen Matilde Huertas. **As múltiplas funções das festas no espaço geográfico.** Disponível em

<https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-70122012000100008>. Acesso em 01 de Setembro de 2020.

PÉREZ, Xerardo Pereiro. **Turismo Cultural. Uma visão antropológica**. Sauzal (Tenerife. Espanha): ACA y PASOS, RTPC. 2009. 307p.

PREDIGER, Mayara InesSossmeierAlbring. **Turismo como alternativa de desenvolvimento no Município de Esperança do Sul**. Disponível em<<https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmlui/bitstream/handle/123456789/2879/Vers%C3%A3o%20Final%20TCC%20%28Usu%C3%A1rio%20Mayara%20Prediger%20%28Data%2004-12-2014%2012h51m%29%20TCC%20versao%20final.pdf?sequence=1>>. Acesso em 06 de Junho de 2020.

RAMOS, S. P. **Apontamentos sobre a insustentabilidade de um programa político: o caso do Programa Monumenta em Penedo – AL**. Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, Penedo, Vol. 5, Número Especial, abr. p. 148-168, 2015.

REIS, V.; RODRIGUES, Rafael de Oliveira. **Relações entre as políticas de patrimônio cultural e o turismo: olhares sobre as cidades de Penedo e Piranhas**. In: Anderson Moreira Aristides dos Santos; Anderson David Gomes dos Santos; Rafael de Oliveira Rodrigues. (Org.). *Ensaios sobre a Economia do Sertão Alagoano*. 1ªed.

RIBAS, Maria Dorothéa Pachi Motta. **Uma análise do desempenho do turismo brasileiro período de 2000 a 2012: potencial e perspectivas futuras**. 2013. Dissertação (Mestrado em Economia) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA, Recife, 2013.

RODRIGUES, Santiago Ricardo. **Segmentação do Turismo**. Revista Turismo. 2003. Disponível em<<https://www.revistaturismo.com.br/artigos/segmentacao.html>>. Acesso em 24 de agosto de 2020.

ROCHA, Thaíse Sá Freire. **Refletindo sobre memória, identidade e patrimônio: as contribuições do programa de Educação Patrimonial do MAEA-UFJF**. In: Encontro Regional de História da Anpuh, n. 18, 2012, Mariana – MG. Disponível em<https://www.encontro2012.mg.anpuh.org/resources/anais/24/1340766055_ARQUIVO_Artigo-Anpuh.pdf>. Acesso em 30 de Maio de 2020.

SCHNEIDER, Cristina Seibert. **Turismo Cultural: uma Proposta de Preservação do Patrimônio Material**. In: IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, 2006, Caxias do Sul. Disponível em<https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenus/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT04-2.pdf>. Acesso em de julho de 2020.

SEDETUR. **Mapa do Turismo de Alagoas cresce 139% em comparação ao mesmo período do ano passado**. Disponível em<<http://www.sedetur.al.gov.br/noticia/item/1915-mapa-do-turismo-de-alagoas-cresce-139-em-comparacao-ao-mesmo-periodo-do-ano-passado>>. Acesso em 17 de Agosto de 2020.

SEDETUR. **Novo Mapa do Turismo de Alagoas tem 50 municípios inseridos**. Disponível em<<http://www.sedetur.al.gov.br/noticia/item/2431-novo-mapa-do-turismo-de-alagoas-tem-50-municipios-inseridos>>. Acesso em 21 de agosto de 2020.

TOMAZ, Paulo Cezar. A **preservação do patrimônio cultural e sua trajetória no Brasil**. Revista de História e estudos culturais. Vol. 7, n 2, 2010. ISNN 1807-6971.

ANEXO 1:**Roteiro de entrevista semiestruturada****Identificação**

Nome:

Idade/ano de nascimento:

Escolaridade:

Trabalho:

Residência:

1. Pequeno comerciante

- Você poderia me dizer que tipo de comercio você tem em Santana do Ipanema.
- Você poderia me dizer há quanto tempo tem um comércio em Santana do Ipanema.
- Em sua opinião, em qual o momento do momento ano você costuma obter maior lucro com seu comércio.
- Você já ouviu falar na festa da juventude? Ou no festival cultural da cidade?
- Se sim, poderia me dizer o que você já ouviu falar sobre a festa (se gosta ou não gosta).
- Poderia me informar se você frequenta a festa da juventude (como individuo ou como comerciante).
- Poderia me dizer como a festa da juventude afeta o seu comercio, gera mais renda ou menos renda (se aumenta ou diminui as vendas, se você obtém lucro nos dias da festividade, se há aumento de contratações, enfim, como ela afeta sua renda).

2. Representante da prefeitura

- Poderia falar um pouco sobre a festa da juventude e sobre o primeiro festival cultural do sertão de Alagoas⁶.
- Fale um pouco sobre quando começou a acontecer a festa da juventude e o festival cultural
- Você poderia falar um pouco sobre se o festival cultural pretende se tornar uma festividade tradicional na cidade, como a festa da juventude.
- Você saberia dizer quais artistas costumam se apresentar nas duas festividades.
- Você sabe se existe espaço para os artistas locais. Como eles participam das duas festividades?
- Sabe informar se há algum incentivo (financeiro, ou de assessoria) para a participação deles.
- Você por acaso tem conhecimento de quanto é gasto para realização das duas festividades.
- Poderia me dizer se as duas festividades contribuem significativamente para o BIB da cidade.
- Ou, então, dizer quando elas movimentam de recursos financeiros para cidade.
- Ou mesmo se ela contribuiu para o turismo na cidade.
- Saberia informar ainda se existe algum lugar onde eu possa saber sobre as contribuições das festividades para o turismo local.
- Você saberia me dizer se, da parte da prefeitura e da secretaria de cultura, ou turismo, existe alguma estratégia de divulgação das festividades visando atrair turistas.

3. Grande comerciante, ou do setor hoteleiro ou do setor gastronômico

- Você poderia me dizer que tipo de comercio (hotel, restaurante, ou s dois) você tem em Santana do Ipanema.
- Você poderia me dizer há quanto tempo tem um comércio em Santana do Ipanema.

⁶Festival Cultural do Sertão de Alagoas, evento este que destaca a cultura através da música, gastronomia, oficinas, exposição de filmes e documentários, atividades de patrimônio cultural, seminário, concursos e exposições realizadas na Avenida Dr. Arsênio Moreira. Durante o evento, se apresentarão nomes da música nacional como Fulô de Mandacaru, Os 3 do Nordeste, Banda Petequinha e Florzinha, Forró Calango Aceso, além de artistas locais e regionais se farão presentes no evento, que promete movimentar a economia de Santana do Ipanema, aquecendo o comércio local. Ver <<http://santana360graus.com.br/10-festival-cultural-do-sertao-de-alagoas-em-santana-do-ipanema/>> Acesso em 04/08/2020

- Em sua opinião, em qual o momento do ano você costuma obter maior lucro com seu comércio.
- Você já ouviu falar na festa da juventude? Ou no festival cultural da cidade?
- Se sim, poderia me dizer o que você já ouviu falar sobre a festa (se gosta ou não gosta).
- Poderia me informar se você frequenta a festa da juventude (como indivíduo ou como comerciante). O que você pensa sobre ela?
- Poderia me dizer como a festa da juventude afeta o seu comércio, se gera mais renda ou menos renda (aprofundar com questões como: se aumenta ou diminui as vendas, se você obtém lucro nos dias da festividade, se há aumento de contratações, enfim, como ela afeta sua renda)
- Você saberia me dizer se, da parte do seu estabelecimento, existe alguma estratégia de divulgação das festividades visando atrair turistas.
- Você saberia me dizer se, da parte da prefeitura e da secretaria de cultura, ou turismo, existe alguma estratégia de divulgação das festividades visando atrair turistas.