

**A VALORIZAÇÃO DA SIMBOLOGIA CULTURAL EM EVENTOS: UM ESTUDO NO MOSSORÓ CIDADE JUNINA.**

**VALUING CULTURAL SYMBOLISM IN EVENTS: A STUDY ON MOSSORÓ CITY JUNINA.**

**José Orlando Costa Nunes**

Docente do Depto. de Administração – UERN

Mestre em Administração - UFPE

E-mail: joseorlando@uern.br

**Edinal Salustiano da Silva**

Pós-graduando em Cognição, Tecnologias e Instituições pela UFERSA-RN

Graduado em Administração pela UFERSA-RN

Graduado em Turismo pela UERN–RN

E-mail: edinal2050@hotmail.com

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN),  
Departamento de Administração (DAD)  
Revista Agreste: Administração & Turismo

## **RESUMO**

Na cidade de Mossoró, no Estado do Rio Grande do Norte, o turismo cultural tem aflorado a partir do Evento Mossoró Cidade Junina, realizado anualmente durante o mês de junho em um local apropriado para as atividades ali apresentadas, o que tem trazido milhares de pessoas todas as noites à cidade para apreciar as atrações que têm cunho cultural. A relevância do estudo de um modo geral centra-se na ideia de que esclarecimentos acerca de organizações que fazem sucesso contribuem para a busca de novas organizações do turismo cultural, bem como do aperfeiçoamento das ações que viabilizam o sucesso de eventos que se inserem no contexto do turismo cultural. A metodologia trabalhada e do tipo descritiva-exploratória e foi feita uma pesquisa documental e de campo com o principal gerente responsável pelo evento Mossoró Cidade Junina. Deste modo, explorou-se o caráter qualitativo, observando a valorização da simbologia cultural neste evento. Os resultados foram claros para evidenciar que os mossoroense cultuam a tradição popular, os valores culturais, as festas populares, os festejos juninos e toda espécie de artefato que identifique a cultura local como a resistência ao cangaço de Lampião representado como símbolo nas demais localidades da cidade, inclusive no túmulo de Jararaca no Cemitério São Sebastião em Mossoró. No que se refere especificamente ao Turismo Cultural, que é a área de concentração da pesquisa, verificou-se que, para ofertar produtos/serviços nesta área, os gestores têm que estar preparados para desenvolver procedimentos e estratégias que possam, não somente despertar o interesse de visitantes (turistas), mas também de conquistar nestes a relação fiel da comercialização do produto turístico.

**PALAVRAS-CHAVES:** Turismo Cultural; Simbologia Cultural e Eventos

## **ABSTRACT**

In the city of Mossoró, in the state of Rio Grande do Norte, cultural tourism has flourished since the Mossoró City Junina Event, held annually during the month of June in a suitable location for the activities presented there, which has brought thousands of people to the city every night to appreciate the culturally oriented attractions. The relevance of the study in general focuses on the idea that insights into successful organizations contribute to the search for new cultural tourism organizations, as well as the improvement of actions that enable the success of events within the context of cultural tourism. The methodology employed is of a descriptive-exploratory nature, and both documentary and field research were conducted with the main manager responsible for the Mossoró City Junina event. Thus, the qualitative aspect was explored, observing the appreciation of cultural symbolism in this event. The results were clear in showing that the people of Mossoró cherish popular tradition, cultural values, folk festivals, June festivities, and all sorts of artifacts that identify local culture, such as resistance to Lampião, represented as a symbol in other parts of the city, including at Jararaca's grave in São Sebastião Cemetery in Mossoró. Regarding Cultural Tourism specifically, which is the research's focal point, it was found that, in order to offer products/services in this area, managers must be prepared to develop procedures and strategies that can not only pique the interest of visitors (tourists) but also establish a loyal relationship with them in the commercialization of the tourism product.

**KEY-WORDS:** Cultural Tourism; Cultural Symbolism; Events

## 1. INTRODUÇÃO

Considerando a visão de Cooper (2001), o turismo é uma força central na economia mundial, uma atividade de importância e significados globais que inclui setores industriais e temas acadêmicos variados, mas que precisa ser estudado como um setor econômico em si. Isto faz pensá-lo como uma atividade que influi em diversos setores da sociedade.

Incluída neste mesmo foco de desenvolvimento da atividade turística está o turismo cultural, que se insere num contexto de busca por novos produtos turísticos. Em se tratando do turismo, o cultural, também tem o objetivo de atrair maior demanda e/ou satisfazer uma demanda já existente, é uma realidade bastante explícita na região. São diversos os eventos turísticos que são promovidos para a disseminação dos aspectos culturais dessa região.

Autores como Dias (2005) e Ávila (2006) afirmam que o turismo cultural é uma das tipologias do turismo com diversidade de recursos a serem explorados, por isso apresenta maiores possibilidades de crescimento e pode se tornar um importante complemento a outras formas de turismo tradicionais.

É esse tipo de turismo que interessa neste trabalho. A observação de sua incidência elevada na região oeste, em especial no município de Mossoró, onde o crescimento de eventos religiosos, associados à organização de festas que perduram durante alguns dias tem sido motivo da visita de turistas de todo o país e é um fato não somente novo, mas também que desperta a atenção, pois demanda necessidades por parte dos diversos setores da administração dos eventos que são organizados.

O crescimento do turismo cultural pode ser um caminho para o crescimento econômico e social, mas também para problemas e conflitos sociais que surgem a partir de uma gestão mal elaborada e sem base estrutural que garanta as ações necessárias para a sustentação de estruturas que possam acomodar aqueles que fazem as visitas turísticas (CAMARGO; CRUZ, 2009).

Esta pesquisa em como objetivo geral conhecer como se dar o processo de valorização da simbologia cultural em eventos e tem como foco de estudo o evento “Mossoró Cidade Junina – MCJ ” realizado a cada ano nos festejos junino em Mossoró/RN. E como objetivos específicos as seguintes questões: 01) identificar quais são os símbolos culturais que possuem institucionalização na cidade de Mossoró-RN; e ainda 02) quais desses são utilizados com forte simbologia no evento Mossoró Cidade Junina.

Com esses objetivos, organizou-se uma pesquisa de campo, um estudo de cunho qualitativo no qual procurou-se analisar as relações da organização do evento com a simbologia do turismo cultural utilizada, em especial no Mossoró Cidade Junina.

Cidades que não valorizam a sua cultura perdem não só na não valorização do resgate histórico de suas raízes populares, perdem também na questão econômica, principalmente porque não podem implementar um planejamento, cujas ações possam ser trabalhadas com foco no desenvolvimento econômico (PALLAMIN, 2011).

Na verdade, o turismo trabalha a valorização cultural por meio do folclore onde não só se resgata os seus costumes e tradição, mas também o utiliza como símbolo para favorecer o desenvolvimento econômico e social.

Desta forma quando a valorização da cultura não é trabalhada com o turismo, perde a sociedade que não ver aproveitada adequadamente uma de suas maiores riquezas, que é seus costumes e tradições.

Assim, diante desta problemática apresentada faz-se a seguinte pergunta de pesquisa: Como se dar a valorização da simbologia cultural em eventos realizada pelos gestores e organizadores do evento Mossoró Cidade Junina.

A relevância do estudo de um modo geral centra-se na ideia de que esclarecimentos acerca de eventos que fazem sucesso e que contribuem para a busca de novas organizações do turismo cultural, bem como para o aperfeiçoamento das ações que viabilizam o sucesso. E também de um modo específico porque se estuda a aplicabilidade das práticas da gestão estratégica da gerência de Turismo do Mossoró Cidade Junina, no que se refere a valorização deste evento que é um evento de grande importância para a cidade e necessita então ser pesquisado.

Esta pesquisa defende o argumento que a valorização de uma simbologia cultural pode ser utilizada como foco de atratividade para a captação de visitantes como forma de intensificar ainda mais o sucesso do evento e conseqüentemente o reconhecimento e a disseminação de suas simbologias culturais trabalhadas nele.

## 2.REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 TURISMO: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS DE DEFINIÇÃO DE TERMO

Adentrar a uma discussão acerca do turismo de eventos culturais requer o entendimento acerca dos conceitos que permeiam a prática do turismo em suas diversas dimensões.

De uma forma geral, o turismo se vincula à prática de viajar, andar de um lugar para outro em busca de descontração. Prática esta que, segundo Mota (2001) é uma atividade relativamente nova, pois as viagens já existiam a séculos, mas estudadas com o fim específico do turismo somente algumas décadas é que se desenvolveram.

Segundo Ruschumann (1999), o turismo surgiu no século XIX, mas as atividades turísticas somente se desenvolveram a partir do século XX, mais precisamente depois da Segunda Guerra Mundial, quando houve um aumento expressivo da capacidade de compra, do tempo de lazer, da melhoria de transportes e das necessidades empresariais.

O fato dessa prática ter se tornado comum e de ser largamente disseminada no contexto atual, devido as grandes transformações ocorridas a partir da globalização, já não é mais possível se fazer uma definição simplista do que seja turismo.

Segundo Gaeta (2009, p. 133), “a atuação profissional no setor de turismo ganha complexidade num mundo que se modifica constantemente e tende a transformar os tradicionais serviços turísticos em um arranjo de experiências culturais”.

Etimologicamente, o termo “turismo” deriva de *tour* do latim *tornare* e do grego *tornus*, todas com o sentido de girar ou circular. Nessa perspectiva, de uma forma absolutamente linguística, tal termo pode ser semanticamente definido como o ato de partir e posteriormente regressar ao ponto inicial, isto é, a circulação de um lugar para outro e a volta ao lugar de origem, sendo a pessoa que faz o círculo, denominada turista (TRIGO, 1998).

Porém, essa definição é ainda simplista. Segundo Andrade (1997) não é sensato atribuir o significado real do turismo, à simplicidade do sentido etimológico dos termos turismo e turista. Para esse autor (1997), estes significados são determinantes perfeitos e definitivos apenas aos leigos e aos que não se dão ao trabalho de analisar corretamente os conceitos e as realidades. Para quem se dedica aos estudos sobre turismo, as terminologias turísticas ainda se apresentam como passíveis de reformulação ou de calibragem, pois, além de apresentarem algumas inexatidões, uma vez que são expressões de alcance amplo, fato que

impede a tradução e a análise da dimensão exata das teorias e das técnicas que o fenômeno encerra em seus princípios e em suas operações.

Portanto, há definições mais completas, delimitadas, atualizadas e voltadas para o contexto dos fenômenos sociais que ocorrem mediante as transformações históricas e culturais. A primeira é apresentada pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003) que define Turismo como as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos do seu entorno habitual, por um período consecutivo, inferior a um ano, por lazer, negócios e outros.

Esse conceito da OMT se aproxima da definição clássica defendida por De La Torre *apud* Ignarra (1999, p. 24):

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Nesse enfoque, o conceito de turismo se amplia, pois se associa aos fatos, aos desejos, aos objetivos pelos quais os turistas se aventuram em suas viagens circulares. Na verdade, o conceito exposto evidencia a importância dos aspectos socioculturais e econômicos que envolvem a atividade turística, uma vez que esta, quando desenvolvida em um lugar denominado espaço turístico, pode ser uma das ferramentas para o desenvolvimento da localidade em diversos aspectos (BOULLÓN, 2004).

O turismo pode gerar emprego, renda, ampliar a economia e com isso, desenvolver as capacidades de crescimento social das pessoas que ali residem. Almeida e Blós (1997, p. 40) afirmam que, teoricamente a atividade “[...] compreende um conjunto de questões de ordem técnica, financeira ou cultural relacionadas com a importância do fluxo de pessoas que viajam para lazer em um determinado país ou região [...]”.

Desta forma, ao mesmo tempo em que a atividade turística aciona mecanismos sociais, econômicos e políticos, do ponto de vista prático, deve ser objetivo criar mecanismos de atração, de recepção, transporte e acomodação aos viajantes. É, portanto, uma atividade que envolve os dois lados pessoais que se envolvem na atividade: o receptor e o visitante. É neste sentido, que a atividade do turismo se torna cada vez mais dinâmica e complexa, sendo passiva de difícil definição conceitual, como analisa Cooper (2001).

Mas, ao analisar a atividade turística, pelo contingente de pessoas que circulam no mundo por meio de atrações, eventos e locais inseridos em polos turísticos, pode-se perceber uma das principais atividades econômicas e sociais capaz de gerar emprego e renda. Porém para que isso ocorra tem que existir investimentos em estratégias políticas, especialmente voltadas para a área da administração, que é uma das que compõem o foco interdisciplinar de todas as atividades que envolvem o turismo, pois além de assim caracterizar, é também uma atividade que tem uma tipologia diversificada.

Segundo Beltrão (2001) o desenvolvimento de cada tipo de turismo depende de como está organizado em cada localidade, pois alguns tipos de turismo se desenvolvem mais em algumas localidades do que em outras, é preciso saber explorar os recursos. Entre os tipos de turismo citados por esse autor (2001) estão: o turismo lúdico; o turismo cultural; o turismo gastronômico, o turismo religioso; o turismo ecológico; o turismo de negócios e demais tipos. Neste trabalho, analisa-se aspectos relacionados ao turismo cultural. Por isso, não se aborda os outros tipos com maior profundidade.

No que concerne ao turismo de uma forma geral, o que se pode concluir é que todas as atividades ligadas a ele, desde as viagens para visita turística às que garantem uma receptividade qualificada, se constituem como uma forma de demonstração do desenvolvimento social, econômico e cultural de uma localidade, de uma nação, de uma sociedade. Além de ser intencional, direciona para a produtividade, determinada por características próprias. O desempenho do turismo de um lugar, quando fortemente influenciado pelo crescimento do nível de renda dos consumidores e das determinantes potenciais, não há dúvidas, se inclui no campo comercial e pode ser projetada como um dos maiores e mais importantes setores da economia mundial (COOPER, 2001).

Portanto, o turismo pode ser definido como um fenômeno complexo e abrangente. Suas dimensões não envolvem somente viagens, mas todo um contexto de bens, serviços, cultura, culinária, linguística, artística e comercial. E pode incluir os diversos bens e serviços que podem ser comercializados a fim de desenvolver as condições de recepção de turistas, dependendo do tipo de turismo ali existente.

## **2.2 CULTURA: CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS DE DEFINIÇÃO DE TERMO**

Fala-se muito de cultura e sua definição correta. Uma definição exata e definitiva seria muito difícil de obter, pois depende de alguns fatores, como: visão sociológica, antropológica, filosófica, além do sentido que se quer dar à cultura. É importante conhecer alguns conceitos

de cultura, pois é a partir da cultura local que se conhece o passado. Depois do entendimento de cultura têm-se um caminho para conhecer e assimilar a própria história cultural.

Para Coelho (1997, p. 54), a cultura é tudo que faz parte totalmente da forma de vida de uma comunidade, estão inseridos nesse contexto: hábitos, costumes, valores, princípios, manifestações e expressões culturais, dentre outros.

Suzana Carmo (2005, p. 01) define cultura como algo bem particular de cada indivíduo dentro de uma sociedade, são aspectos que ocorrem diariamente e outros são bem internalizados. Já para Brasil (2006) cultura representa uma junção de coisas que vai desde uma visão clássica da cultura até uma mais popular como os desejos e a forma de se comportar.

Ainda existem inúmeros conceitos sobre cultura, cada um com divergências em alguns pontos.

Cultura é uma palavra “multe” discursiva, ou seja, pode ser utilizado em várias situações diferentes, o uso dessa palavra depende do contexto discursivo. Por isso existe uma infinidade de definições, pois é impossível encontrar uma definição que sirva para todas as ocasiões. Em alguns usos da palavra ela aparece de forma clara como: cultura jovem, cultura da classe trabalhadora, cultura intelectual, cultura bacteriana, agricultura que é a cultura, no sentido de cultivar a terra, semear. Cultura, no sentido de quem tem conhecimento, que é culto. Ela é usada em vários sentidos, e o sentido que se usa em um contexto pode não servir a outro (SCHWANITZ, 2009).

O sentido popular e o sentido antropológico e sociológico são dois sentidos da palavra cultura que podem ser destacados. Num sentido popular a palavra cultura é utilizada para designar pessoas que possuem conhecimento, intelectualmente desenvolvidas. No sentido antropológico e sociológico a palavra cultura é utilizada para designar o comportamento social de um grupo.

A cultura já é estabelecida dentro de uma sociedade. Desde criança a pessoa já sofre influência do lugar onde nasce, através do contato com as pessoas da família, com a comunidade, e de acordo com seu crescimento as pessoas vão assumindo e integrando os hábitos e costumes da sua região ao seu modo de viver e ser. Passa a agir de acordo com o que é normal e constante no local em que vive, passando a agir e atuar conforme os padrões que foram estabelecidos dentro daquela sociedade, ou seja, de acordo com a cultura daquela sociedade (ENCICLOPÉDIA BARSA, 1972).

A cultura é recebida como herança ao nascer e é adquirida na integração e interação com pessoas de outras regiões. A partir do momento que o homem passa a ampliar seus



horizontes, tendo contato com a cultura de outras regiões, com hábitos e costumes diferentes do seu, ele passa a adquirir e incorporar ao seu modo de vida alguns desses hábitos, costumes, ou modo de agir. Assim como, pode também transmitir um pouco de sua cultura à cultura dessa outra região. É uma troca mútua de valores culturais, que é chamada de transculturação (ENCICLOPÉDIA BARSA, 1972).

A cultura é importante na vida do ser humano, ela vem para formar a identidade pessoal e social do indivíduo. É reconhecida como elemento significativo e importante para a construção da identidade do jovem. Por meio de experiências de interação e integração o jovem compartilha seus valores, projetos, crenças e ideias. Considera-se então, que a cultura não é estática dentro de um grupo, ela é dinâmica, se desenvolve se aperfeiçoa e se modifica.

Como foi dito anteriormente a definição da palavra cultura depende da significação que se dá a ela. Cultura são as características que determinam e distinguem os hábitos e costumes de um povo, de uma região, de uma comunidade, e que são passados de uma geração a outra para que não se perca.

### **2.3 O TURISMO CULTURAL E SUAS CONSIDERAÇÕES TEÓRICAS**

Ao compreender a definição de turismo e as dimensões que este termo, num sentido prático pode assumir vale conceber em que sentido ele pode se relacionar com a cultura de um povo ou de uma determinada comunidade.

É possível situar “a origem da relação turismo e cultura no *grand tour* europeu, quando os aristocratas e mais tarde a burguesia viajavam principalmente para contemplar monumentos, ruínas e obras de arte dos antigos gregos e romanos” (BRASIL, 2006, p. 9). Ainda segundo este documento, desde esses primórdios até os tempos atuais, a cultura continua como um dos principais motivos para a viagem; as modificações que ocorreram foram apenas como os turistas visitam atrativos turísticos culturais. Hoje, a concepção de cultura á ampliada, incluindo-se no contexto todas as formas de ser e fazer humanos.

O conhecimento sobre a história, a cultura, os valores, os costumes e todos os elementos que compõem o patrimônio cultural de uma localidade é um dos aspectos que ajudam a definir o sentido do turismo cultural. Segundo Beltrão (2001) o turismo cultural é caracterizado pelo conjunto de valores de um local que, sendo disseminado pode atrair pessoas a quererem vê-los, conhecê-los, admirá-los. Os turistas culturais têm uma inclinação especial por atividades culturais, artísticas e educacionais.

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 (BRASIL, 2006, p. 10).

Dias (2005) acrescenta que o turismo cultural se apresenta como uma das tipologias turísticas que devido à grande diversidade de recursos a serem explorados, as possibilidades de crescimento são bem maiores, além de também ser um complemento relevante para outros tipos mais tradicionais, como é o caso do turismo gastronômico e do ecoturismo.

Há, portanto, na especialidade da cultura, aspectos importantes a serem apreciados pelo turista. Funari e Pinsky (2003), ao tecer detalhes acerca dos interesses do turista pela cultura ressalta que são os aspectos mais peculiares de cada lugar, a autenticidade presente no povo que habita o lugar, o cotidiano, o que mais chama a atenção. Na verdade, é a simbologia cultural do lugar que faz emergir o desejo de conhecer, ver e apreciar como foco turístico.

No entanto, é preciso que se compreenda que nem toda localidade que apresenta peculiaridades culturais se insere em contextos de pontos turísticos. Às vezes, pode haver uma riqueza de detalhes que caracterizam a perspectiva do turismo cultural, mas não há efetivação da atividade turística, isto porque há um conjunto de aspectos referentes ao desenvolvimento turístico que têm de ser considerados. Ávila (2006, p. 08) ao discutir sobre esse aspecto no turismo cultural afirma que:

O desenvolvimento deste segmento pode variar em função de vários aspectos, como importância, perspectiva e reflexos da atividade turística entre comunidade, empresários, gestores e visitantes, potencialidade, grau de autenticidade, nível de visitação e estado de conservação dos atrativos; além das questões referentes à forma como está protegido legalmente o patrimônio.

Pode-se assim observar que há de se considerar as questões que se relacionam com o planejamento estrutural da apresentação de atividades para atrair o turista que aprecia a atividade cultural de uma localidade. Funari e Pinsky (2003) fomenta afirmações de que a atividade turística que tem como principal atrativo o legado cultural é que tem contribuído para manter vivos prédios, bairros e até cidades. O turismo cultural permite que os moradores se engajem em movimentos e processos de preservação da memória coletiva, adquirindo muitas vezes pela primeira vez, consciência do papel que sua cidade representou em determinada época (BARRETO, 2016).

É nesse sentido, que se observa o turismo cultural como a porta de abertura para a ampliação do conhecimento mais amplo da localidade de um Estado, País, Continente ou mesmo mundialmente, mas também como uma das formas de fazer as pessoas aprenderem mais sobre a história humana em lugares específicos, com características bem particulares.

Se for bem planejado, o turismo cultural pode gerar sensibilização no que se refere à preservação da memória coletiva. As pessoas, ao perceberem a importância da cultura para o desenvolvimento da localidade, certamente se engajam em projetos que salvaguardam a memória coletiva.

As próprias pessoas da comunidade são incitadas a adquirirem a consciência do papel que sua cidade representou em determinada época e do que ela representa para a história, que é reconhecida também lá fora. Isto porque, a sua memória viva atrai turistas culturais, interessados em tudo que representa a cultura do lugar.

## **2.4 A SIMBOLOGIA CULTURAL EM EVENTOS**

A cultura é simbólica, pois supõe uma ordenação inteligente de todo o mundo visível. A cultura é como se fosse uma memória coletiva que reconstrói toda a experiência dos grupos ou das sociedades. É a memória individual, na concepção de Halbwachs, citado por Stoetzel (1976, p. 136), não é conforme à crença popular.

Halbwachs contesta absolutamente que haja uma conservação das imagens na mente. Nosso conhecimento do passado não é conservado, mas reconstruído. A memória não é, utiliza símbolos. Assim, a lembrança depende da possibilidade de possuímos ideias gerais, sem as quais não teríamos nenhum passado pessoal.

O autor (1976) ressalta que os processos culturais, é significativo notar que, embora a linguagem seja “essencialmente social em sua origem e principais funções”, muitas vezes, são surpreendidos falando sozinhos, pesando alto, como se diz. Isso mostra que a cultura, subjetiva como objetiva, é um conjunto de significados sistematizados, transmitido necessariamente através de símbolos e sinais. Assim, portanto, a característica básica da cultura é seu caráter simbólico. É essa propriedade da cultura que permite que ela seja social.

Os símbolos possuem as propriedades de condensação, unificação e polarização dos significados. Um único símbolo pode representar muitas coisas ao mesmo tempo. Assim, os símbolos utilizados nos ritos e rituais tendem a se caracterizar pelo seu potencial polissêmico. Para refletir sobre as formas de expressão das culturas e o processo de construção das

identidades culturais, é necessário levar em consideração uma série de elementos que fazem parte desse trabalho, que busca identificar, comparar os significados, o valor, a importância dos ritos e rituais por meio de processos discursivos e simbólicos, em diferentes gerações, em uma cultura, por meio da comunicação que assim os estabelece.

A interpretação de um símbolo pode representar uma imensidão de coisas ao mesmo tempo. Sendo assim, com suas expressões de rituais e ritos, ela se engajaria como polissêmica, ou seja, a cultura abrange uma diversidade de identidades sociais (cultura) por meio de movimentos sociais, como as danças, as músicas, culinárias, literatura oral, festas populares, ritos, imagens, arte, apelidos e entre outras manifestações culturais.

Dessa maneira, o MCJ agrupa em sua estrutura uma variedade de atrações culturais, veja a seguir, Quadro 1:

**Quadro 1:** Atrações culturais do Mossoró Cidade Junina

<b>Eventos</b>	<b>Descrição</b>
<b>Pingo da Meí'Dia</b>	Bloco junino que promove a abertura oficial do MCJ.
<b>Circo do Forró</b>	Espaço voltado para o tradicional forró pé de serra com trios de sanfoneiros.
<b>Cidadela</b>	Rua cenográfica que reproduz as cidades de interior de outrora, ainda agrega o palco da apresentação cultural principal, a praça de alimentação, botecos e bodega para venda de artesanato.
<b>Memorial da Resistência</b>	Ambiente mais tranquilo com programação diversificada com apresentações culturais e <i>show</i> de músicas instrumentais.
<b>Burro-taxi</b>	Carroças que fazem o percurso nas mediações do corredor cultural.
<b>Pau de Arara Eletrônico</b>	Resgatando a tradição de moradores da zona rural que utilizavam esse transporte para se locomover das comunidades para a cidade, o carro é ornamentado de acordo com as características juninas.
<b>Projeto Brinquedos e Brincadeiras Populares</b>	Resgatam a tradição dos brinquedos artesanais e as brincadeiras antigas.
<b>Projeto Botando Boneco</b>	Apresentação de mamulengos.
<b>Festival de Pífaros e Cabaçais</b>	Instrumentos utilizados pelo sertanejo.
<b>Jegódromo</b>	Projeto que busca resgatar a importância do jumento através de uma competição de corrida.
<b>Chuva de bala no país de Mossoró</b>	Representação teatral e musical que mostra a invasão e expulsão do bando de Lampião (Vírgulino Ferreira) na cidade.

**Fonte:** Elaboração dos autores (2019).

Todos esses ritos são de passagens guardadas na memória das pessoas e que vai sendo imortalizadas para as novas gerações, tal eventos e lembranças se gerenciam em marcos simbólicos, sejam elas materiais ou imateriais.

### **3.METODOLOGIA DA PESQUISA**

O trabalho foi desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Nesta última, explora-se o caráter qualitativo da valorização da simbologia cultural desenvolvidas pela Gerência de Turismo do evento Mossoró Cidade Junina, que ocorre na cidade de Mossoró, no Estado do Rio Grande do Norte (RN) durante o mês de junho, portanto, pode-se definir o estudo como pesquisa de campo de cunho qualitativo.

Este tipo de pesquisa, segundo Lakatos e Marconi (2008) tem como finalidade explorar e analisar o conteúdo qualitativo, observando a relação dinâmica que existe entre as reflexões objetivas e as subjetivas, sem que haja tradução numérica nem envolvimento de quantidades, mas a interpretação, seguindo a ordem dos dados coletados.

Vale ainda salientar que, para a realização deste estudo, partiu-se primeiramente para uma pesquisa bibliográfica que possibilitou compreender todos os conceitos relacionados com o turismo, em especial o turismo cultural com foco na simbologia cultural. Já na pesquisa documental buscou-se conhecer os fatos ocorridos na época da história da invasão do cangaceiro Lampião em Mossoró.

O estudo foi aplicado com um dos membros da Gerência de Turismo da Prefeitura de Mossoró. De início, pensou-se em realizar a entrevista com mais de um membro, mas, ao entrar em contato com a Gerência, conclui-se que apenas uma entrevista com o Gerente de Comunicação Social, que compõe a Gerência de Turismo seria o suficiente, pois o próprio informou detalhes acerca de como se dá todo o processo de organização das festas e da valorização como símbolo cultural no evento e na cidade.

O instrumento de coleta do estudo foi um formulário de entrevista, composto de perguntas, realizado com a Gerência de Turismo, a qual desenvolve a captação das informações para essa pesquisa.

Na realização da entrevista optou-se pelo tipo desarmonizado, em que o entrevistador tece a oportunidade de formular questionamentos, estimulando uma conversa bastante proveitosa sobre o tema em questão.

Como o interesse era realizar uma pesquisa de cunho qualitativo, considerou-se que a análise dos dados tem que estar adequada ao conteúdo qualitativo que ora é explorado no

estudo. De acordo com Neves (1996), quando se trata de estudos qualitativos, é preciso levar em conta um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que descrevem e decodificam os componentes de dados significativos que traduzem os fenômenos do mundo social.

Quanto à questão do método de análise dos dados empregados foi feita uma interpretação lexical, na qual buscou-se, no depoimento revelado, o fenômeno que expressa o objeto de estudo que são as formas de valorização da simbologia desenvolvida na organização dos eventos do Mossoró Cidade Junina.

#### **4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

##### **4.1 MOSSORÓ E A SUA VALORIZAÇÃO CULTURAL**

Mossoró, no Estado do Rio Grande do Norte, é a segunda maior cidade, com cerca de 250 mil habitantes, está localizada na região Oeste, a 270 km de Natal, sede do governo norte-rio-grandense.

Em se tratando de valorização cultural, a cidade de Mossoró tem se destacado no cenário popular como um dos municípios que mais valoriza a cultura local. Os eventos culturais da cidade, o povo, as tradições religiosas sempre têm como marco, a valorização do folclore, da arte, da música, da poesia e eventos que são tradicionalmente vividos no município (ALVES, 2005).

A Coleção mossoroense, uma fundação criada por *Vingt-un* Rosado, na introdução de uma de suas histórias expostas no *site* Itaú Cultural (2001) traz descrições sobre a cidade com a denominação de País de Mossoró.

Segundo o texto ali exposto, a cidade de Mossoró tem uma identidade cultural vigorosa, incomum nas cidades do interior brasileiro. A cultura do temor à sua padroeira, Santa Luzia, as lembranças vivas na memória cultural sobre a visita do temido Lampião são marcas do lugar.

Mossoró é tida pelos seus maiores escritores da literatura poética como um pequeno país cultural. A imagem abaixo expressa as cores dessa conceituação.

**Imagem 01:** Cena da peça "Chuva de Bala no País de Mossoró".



**Fonte:** Over mundo (2019).

Ainda de acordo com o texto disposto no *site* supracitado Mossoró tem 250 mil habitantes, e estes sempre relatam, com entusiasmo, a história do cangaceiro Jararaca, que era o cangaceiro mais valorizado de Virgulino Ferreira da Silva. No ano de 1927, quando o grupo chegou à cidade, o povo enfrentou Lampião e o expulsou da cidade, do alto da torre da Capela de São Vicente. Depois, enterrando o Jararaca vivo, o que provocou uma inesperada comoção popular.

**Imagem 02:** Capela de São Vidente no Centro de Mossoró



**Fonte:** Over mundo (2019).

A Capela de São Vicente que é considerado símbolo histórico da força do povo mossoroense. Localizada na Avenida Alberto Maranhão seu monumento histórico de força e fé foi usada como trincheira aos ataques das tropas de Lampião (Virgulino Ferreira), um patrimônio histórico que mantém em perfeita conservação no município, incluindo a preservação dos furos das balas dos cangaceiros na torre da igreja.

Até hoje a tradição popular guarda a crença de que Jararaca virou Santo e que faz milagres. Seu túmulo é um dos mais visitados no Cemitério Público de Mossoró. A igreja de São Vicente até hoje é conservada. Suas cores e as marcas do episódio ainda estão preservadas.

**Imagem 03:** Túmulo de Jararaca no Cemitério São Sebastião em Mossoró



**Fonte:** Over mundo (2019).

Tudo isso revela o quanto a cidade e seu povo cultuam a tradição popular, os valores culturais, as festas populares, os festejos juninos, o folclore e toda espécie de artefato que identifique a cultura local.

Amaral, Silva e Teixeira (2011), ao analisar aspectos referentes ao turismo mossoroense destacam que a cidade é bastante divulgada e por isso conhecida em todo o Rio Grande do Norte como a capital cultural do Estado. Essa identificação é possível a partir dos relevantes e contínuos investimentos realizados, a cada ano, no setor cultural.

As festas do Mossoró Cidade Junina, do Auto da Liberdade e de Santa Luzia, que ocorrem anualmente no município têm contribuído para manter, segundo os autores supracitados, um fluxo de turismo que proporciona projeção local enquanto destino turístico. Colocam os autores que o diferencial de Mossoró está no nicho de mercado do seu turismo cultural, no entanto, comparando com outras localidades até então é pouco explorado no Estado do Rio Grande do Norte.

Tal mercado tem também contribuído para o desenvolvimento da economia local e tem aberto espaço para a solidificação dos aspectos culturais da localidade compreendendo as origens do povo e do histórico-cultural do município.



Alves (2005, p. 04) ao falar das festas populares como eventos culturais e turísticos na cidade diz:

Em Mossoró, [...] a festa vem sendo apropriada como uma das formas de demarcação de identidade local. Nesta cidade, algumas festas vêm sendo (re) inventadas e a tradição juntamente com os referenciais de coragem e liberdade, vêm sendo agregada como elemento diferenciador das demais cidades. Esse processo vem sendo acompanhado não raramente pelo processo de espetacularização.

A observação da cultura e do evento cultural como forma de exploração do turismo leva a observar que o crescimento de tais eventos forma um palco de assuntos que demandam o interesse acadêmico, já que envolvem cultura, economia, política e estratégias específicas para o desenvolvimento desses eventos.

O Mossoró Cidade Junina é um dos eventos que mais têm sido divulgados a cada ano e este reúne diversas atrações em aproximadamente um mês de festas dedicadas à cultura dos festejos juninos, e que no seu desenvolvimento, muitas outras atrações marcam a sua organização enquanto evento cultural e turístico.

## **4.2 MOSSORÓ CIDADE JUNINA E A SUA VALORIZAÇÃO CULTURAL**

Os dados que permitem apresentar os resultados referentes à problemática estudada, que é a valorização da simbologia cultural de eventos turísticos que acontecem durante a realização do espetáculo Mossoró Cidade Junina, foram obtidos por meio de entrevista com o Gerente de Comunicação Social da Gerência de Turismo da Secretaria Municipal de Turismo de Mossoró/ RN, que trabalha há oito anos nesta gerência.

O Mossoró Cidade Junina trata-se de uma simbologia cultural, ou seja, um movimento social, atribuído pela própria comunidade de Mossoroense que vem desenvolvendo um movimento que beneficia na comunicação social entre turistas, e gerenciando giro de capital para o município. O evento tem capacidade para suprimir mais de 80 mil visitantes por dia.

O evento começa com o Pingo da Meio-Dia, onde a comunidade local e as regiões vizinhas se reuniam para os paredões de *shows* com trios elétricos. O evento tem a participação do grande espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró uma programação de grande marcação histórica, uma encenação ao ar livre, onde se consta um entendimento do que foi aquele 13 de junho de 1927, o evento conta a história de bravura e resistência do povo Mossoroense ao Bando do Cangaceiro Lampião.

Pode-se contar também com a participação do Festival de Quadrilhas Juninas, com a participação das escolas com seus alunos chegando a número de cem quadrilhas apresentadas.

O Cidadela que retrata uma cidadezinha do interior, com os botecos, a igreja e o cabaré, todo o trabalho de design arquitetônico representa a cidade de Mossoró em 1927, o ano que houve a invasão do Bando de Lampião, local de público classificado, ou seja, uma população que gosta de música regional, poesia, comidas tradicionais e artesanatos.

Há, também, O Burro Táxi que é uma atração exótica da localidade, onde o turista dar uma volta pela festa em carroça carregada por um burro. E, possui a Fórmula Jegue é uma corrida de jegues.

O entrevistado ainda enfatizou que sua simbologia não se generaliza apenas nesses movimentos, pode-se se incluir a cultura popular das músicas regionais como o forró pé de serra e os sanfoneiros.

Mas, o marco memorando do evento é o espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró, que descreve a resistência do povo Mossoroense contra o Bando de Lampião. Esse é de fato a cultura simbólica da cidade e também de orgulho.

O enredo começa com a estratégia de ataque, um grupo de quase 200 (duzentos) homens e a cidade de Mossoró com uma numeração menor de policiais, restava à população ir às ruas e defender sua cidade. O motivo de ser um alvo para o bando foi por motivo que na época, a população local constava 20 mil habitantes e o comércio mantinha um desenvolvimento econômica avançada. Assim, os povos Mossoroense enfrentam os famosos e temidos cangaceiros do Nordeste, dando a imagem de um povo de heroico.

Segundo ele, há, em todos os espetáculos montados, um caráter cultural bastante diversificado e que atende aos objetivos de contar a história de Mossoró, suas tradições, costumes, lendas. Esse perfil, que já é comum ao Mossoró Cidade Junina em todos os anos da sequência, também se ampara no que diz Hoyle (2006) quando destaca a importância de se entender os motivos da realização de um evento turístico. Este deve ser singular a cada realização, o que se acredita ocorrer com o caso deste evento, pelo fato de suas atrações se direcionarem em especial à cultura local.

Para chegar a uma definição mais nítida e geral sobre o processo de valorização do Mossoró Cidade Junina abordou-se o Gerente de Comunicação Social de forma a compreender como tudo é organizado.

Assim, procurou-se conhecer se a equipe selecionada para administrar a valorização do evento estuda o público-alvo, suas expectativas, anseios e desejos de diversão? E de que forma? Como bem já pode-se perceber, foi respondida, em parte, pelo entrevistado, pois o

Gerente de Comunicação Social fez questão de repetir da seguinte forma: “A satisfação, anseios e desejos de diversão do público do Mossoró Cidade Junina é aferida através de pesquisa de satisfação, depois que se encerra anualmente os eventos”.

Segundo o entrevistado o público de um modo geral tem ficado satisfeito a cada edição, visto que a cada ano o evento se consolida com um número maior de participações, o que remete a pensar sobre a possibilidade de também desenvolver um estudo da capacidade de carga da localidade onde o evento é realizado bem como, um outro estudo que venha valorizar mais ainda a cultura existente na cidade de Mossoró, no que se refere a institucionalização do símbolo e conseqüentemente a identidade cultural da cidade.

Observa-se, portanto, que há um estudo realizado a partir dos dados obtidos na pesquisa realizada após o encerramento do evento, algo que se torna relevante também na teoria administrativa de eventos. Para Hoyle (2006) este é um elemento importante, a pesquisa direcionada ao público-alvo faz com que o gestor compreenda o que falta, quem é o participante, o que ele gosta e porque veio assistir tal evento.

## **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Durante toda a jornada da formação, as oportunidades de aprendizagem foram muitas, em especial quando destaca-se o curso de Turismo na Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). Neste curso, várias espécies de conhecimentos levaram à compreensão de que o turismo está inserido em uma área acadêmica que é transversalmente ligada às diversas outras áreas de conhecimentos: a história, as ciências naturais e sociais, bem como as que envolvem as tecnologias da informação, além daquelas que se ligam à formação para a cultura.

Esta última inclui todos os conhecimentos especificados neste trabalho, pois é possível ir à área de administração para poder compreender as relações entre o turismo cultural e a sua simbologia. Tudo isso oportuniza uma reflexão final voltada para a ideia de que, as experiências formuladas nesta pesquisa são muito importantes para a compreensão da importância da valorização da cultura local e o uso das estratégias de eventos trabalhadas por meio da edificação e fortalecimento da simbologia cultural local.

No que se refere especificamente ao Turismo Cultural, que é a área de concentração da pesquisa, verificou-se que, para ofertar produtos/serviços nesta área, os gestores têm que estar preparados para desenvolver procedimentos e estratégias que possam, não somente despertar

o interesse de visitantes (turistas), mas também de conquistar nestes a relação fiel da comercialização do produto turístico.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Joaquim A.; BLÓS, Wladimir. Turismo e Desenvolvimento em Espaço Rural. In: **Revista Ciência e Ambiente**. Santa Maria – RS: UFSM, nº 15 (jul/dez), 1997.

ALVES, A. C. **Cidade, Festa e Identidade**: reflexões sobre a conformação identitária e a espetacularização do espaço urbano de Mossoró (RN). In CR-ROM do V Encontro Nacional da ANPEGE. Fortaleza – CE: ANPEGE. 2005.

AMARAL, P.; SILVA, A.; Teixeira, K. **Turismo e Cultura na Cidade de Mossoró/RN (Brasil)**: a dinâmica territorial de suas principais festividades. [online] Observatório Geográfico de América Latina. Available at: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org> [Accessed 15 May 2018], 2011.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo Fundamentos e Dimensões**. 3ª d. São Paulo - SP: Editora Ática, 1997.

AVILA, M. A. **Política e Planejamento em Cultura e Turismo**: reflexões, conceitos e sustentabilidade. Ilhéus – BA. Apostila da Disciplina Tendência do Turismo Contemporâneo. (Mestrado em Cultura e Turismo). UESC, 2006.

BARRETO, Margarita. **Cultura e Turismo**: discussões contemporâneas. Campinas – SP: Papyrus Editora, 2016.

BELTRÃO, Otto Di. **Turismo**: a indústria do século 21. Osasco - SP: editora Novo Século, 2001.

BOULLÓN, Roberto C. **Atividades Turísticas e Recreativas**. Caxias do Sul – RS: Editora Edusc, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Brasília – DF: Ministério do Turismo, Coordenação Geral de Segmentação, 2006.

CAMARGO, Patrícia de; CRUZ, Gustavo da. **Turismo Cultural**: estratégias, sustentabilidade e tendências. Ilhéus – BA: Editora UESC, 2009.

CARMO, S. **A Cultura e o Estado Democrático de Direito** (2005) *direitonet*. [online] Available at: <https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/2192/A-cultura-e-o-Estado-Democratico-de-Direito> [Accessed 14 Jun. 2018].

COELHO, T. **Dicionário Crítico de Política Cultural**: cultura e imaginário. São Paulo – SP: Editora Iluminuras. 1997.

COOPER, C. et al. **Turismo, Princípios e Práticas**. Trad. Roberto Cataldo Costa. 2ª Ed. Porto Alegre - RS: Editora *Bookmann*, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo - SP: Editora Atlas, 2005.

ENCICLOPÉDIA, Barsa. **Enciclopédia Britânica**. São Paulo - SP: Editora Planeta. v.5,1972.

FUNARI, P. P.; PINSKY, J. **Turismo e Patrimônio Cultural**. 3ª Ed. São Paulo - SP: Organização. 2003.

GAETA, Cecília. Turismo de Experiência e Novas Demandas de Formação Profissional. In: PANOSSO NETO, Alexandre; GAETA, Cecília. (Orgs.): **Turismo de Experiência**. São Paulo - SP: Editora SENAC de São Paulo. 2009.

HOYLE JR., Leonard H. **Marketing de Eventos**. Trad. Ailton Bomfim Brandão. São Paulo - SP: editora Atlas, 2006.

IGNARA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo - SP: Editora Pioneira, 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª. Ed. São Paulo - SP: Editora Atlas. 2008.

MOTA, K. C. N. **Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo - SP: Editora Atlas, 2001.

NEVES, J. L. Pesquisa Qualitativa: características, uso e possibilidades. São Paulo – SP: **Cadernos de Pesquisa em Administração**. v. 1, nº 3, 2ºsem; 1996.

OMT (Organização Mundial do Turismo). **Turismo Internacional: uma perspectiva global**. 2ª Ed. Porto Alegre - RS: Editora *Bookmann*, 2003.

PALLAMIN, Vera M. **Cidade e Cultura: esfera pública e transformação urbana**. São Paulo – SP: Editora Estação Liberdade, 2011.

RUSSCHUMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente**. 5ª Ed. Campinas - SP: Editora Papirus, 1999

SCHWANITZ, Dietrich. **Cultura Geral: tudo o que se deve saber**. São Paulo – SP: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

STOETZEL, Jean. **Os Comportamentos nas Condições Sociais**. Rio de Janeiro - RJ: Editora Nacional, 1976

TRIGO, Luiz G. G. **A sociedade Pós-industrial e o Profissional em Turismo**. Campinas - SP: Editora Papirus. 1998.

**Site Pesquisado:**

[www.overmundo.com.br](http://www.overmundo.com.br)