

Participação nos Festejos Juninos Pernambucanos: Fronteiras entre a Imaginação, as Imagens e os Imaginários¹.

Renato Sérgio Santos²

Aluno do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Antonio Carlos Castrogiovanni³

Professor do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo: A imaginação, imagens e imaginários são temas ainda pouco estudados pelos pesquisadores do Turismo. Procurando auxiliar no entendimento desses conceitos, foi realizada uma pesquisa, nos festejos juninos pernambucanos, através da aplicação de um instrumento de coleta de informações, contendo perguntas abertas e fechadas. Esta pesquisa é considerada como do tipo descritiva, que analisa e interpreta os dados sem manipulá-los. O material coletado foi submetido a tratamento estatístico simples e análise qualitativa do tipo de conteúdo, proposta por Bardin (1979) e estudados de acordo com as descrições de alguns autores sobre: imaginação, imagem e imaginários. O presente estudo tem como objetivo buscar o entendimento de como são formadas as imagens e imaginações com as suas fronteiras, antes da visita de um lugar turístico e após a mesma, procurando conhecer também, a construção dos imaginários propostos nos festejos juninos pernambucanos pelos turistas.

Palavras-chaves: Festejos juninos pernambucanos; imaginação; imagem; imaginários.

1. Introdução

O Nordeste Brasileiro é responsável por um dos maiores acervos culturais do país, em todos os estados nordestinos são encontradas várias festividades relacionadas às manifestações culturais urbanas. Essas festividades são realizadas ao longo do ano. As que mais se destacam no cenário cultural nordestino são as festividades carnavalescas e as festividades juninas, ambas predominantemente ocorrendo em

¹ Trabalho apresentado ao GT 14 - “Turismo Urbano e de Fronteiras na América Latina” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

² Turismólogo. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRGS – Porto Alegre, RS.

³ Geógrafo. Doutor em Comunicação, na área de Práticas Sociais em Geografia e Turismo. Professor do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRGS – Porto Alegre, RS. Castroge@ig.com.br

espaços urbanos. No que tange as festividades carnavalescas destacam-se os estados de Pernambuco e Bahia, que recebem milhares de turistas para a ocasião. No entanto, para muitos, nenhuma festividade reflete tanto a cultura do povo nordestino quanto as festividades juninas que atraem turistas de todo o Brasil e do exterior. Assim como no carnaval, nas festividades juninas há dois estados brasileiros que despontam: Pernambuco e Paraíba. Eles disputam anualmente o título de “Melhor São João do mundo”. Pernambuco com a cidade de Caruaru e a Paraíba com a cidade de Campina Grande. Esta rivalidade acaba motivando ainda mais a vinda de turistas para o Nordeste, pois, segundo os turistas, a festa vai melhorando a cada ano que passa. Isambert (1982, p. 315) define a festa como a *“celebração simbólica de um objeto [evento, homem ou deus, fenômeno natural, etc.] num tempo consagrado a uma multiplicidade de atividades coletivas de função expressiva”*. Já, Jean Duvignaud (1983), contribui pontuando que há *“festa de participação e festa de representação”*. Analisando a classificação de Duvignaud com relação às festas, percebe-se que o turista que ainda não participou dos festejos juninos, classifica esta festividade como de representação. Numa fronteira de representações agendadas pela indústria cultural é que forma a sua imaginação, composta por imagens que através do imaginário proposto desperta sensações. Este processo define o desejo do turista de ser participante, fazendo com que ocorra a motivação do deslocamento do seu local de origem até o Nordeste Brasileiro, para vivenciar aqueles momentos visto na/pela TV e outros veículos de comunicação.

Mas não só de Caruaru são feitas às festividades juninas no estado de Pernambuco, outras cidades também se destacam, como as cidades de Arcoverde, Carpina, Gravatá e Recife. Estas cidades são responsáveis pela chegada de milhares de turistas no estado movimentando, assim, a economia pernambucana.

Qual é a imagem dos festejos pré-concebida pelos turistas antes da viagem? O que realmente atraiu estes turistas ao estado Pernambucano durante os festejos juninos? O que as suas experiências, durante estas festividades, nos locais dos eventos, consegue formar, relacionado às imagens pré-concebidas com as percebidas?

Essas interrogações levam à reflexão sobre o que está sendo transmitido aos turistas em relação aos atrativos destas festividades. “Imagem preconcebida X imagem captada”. Será que os organizadores dos festejos juninos em Pernambuco estão conseguindo mostrar a imagem real dos eventos e construir os imaginários que desejam?

O próximo passo textual pontua conceitos de imagem, imaginação e imaginário para que haja um maior entendimento das informações coletadas por esta pesquisa.

2. Fronteiras entre os conceitos de Turismo, Imagens, imaginação e imaginários.

O Turismo é um dos caminhos que fornece possibilidades para que as pessoas entrem em contato com diversos imaginários. No momento em que o turista pára para pensar como será a sua viagem, ele começa a entrar em contato com vários imaginários que serão propostos durante a sua viagem. Morim descreve o imaginário como:

[...] é o além multiforme e multidimensional de nossas vidas, e no qual se banham igualmente nossas vidas [...]. É a estrutura antagonista e complementar daquilo que chamamos de real, e sem a qual, sem dúvida, não haveria o real para o homem, ou antes, não haveria realidade humana. (MORIN, 2002, p. 80)

Analisando o que descreve Morim percebe-se que o imaginário é a aura que envolve as imagens na imaginação humana, são os sentimentos e sensações que o turista sente ao ser estimulado. Neste momento, são iniciados os processos de construção de uma imagem da localidade, através de informações emitidas por meio de veículos publicitários e/ou de relatos de sujeitos que já haviam visitado a localidade.

Para Flusser (1998):

O caráter mágico das imagens é essencial para a compreensão das suas mensagens. As imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas. Não que as imagens eternalizem eventos e substituam eventos por cenas. (FLUSSER, 1998, p.28)

Estas imagens vão se formando e a imaginação vai sendo construída. Quando o turista chega ao seu destino, cria-se uma expectativa e, automaticamente, vai correlacionando os fatos relatados (por terceiros, publicidade, etc) com fatos que vivencia.

Flusser (1998, p.29) ainda destaca que:

O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver o mundo em função de imagens. Cessa de decifrar as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como um conjunto de cenas.

Ao realizar esta ação, o turista usa a sua percepção e quando busca na sua imaginação a imagem pré-estabelecida, começa a fazer comparações. É através deste processo que ele tem a sensação de que a viagem esta sendo conforme o esperado ou não. Se em sua análise as experiências vivenciadas *versus* as experiências racionalizadas (construída através de relatos de terceiros), ocorrer um desequilíbrio é possível ter-se duas hipóteses. Caso a percepção vivenciada exceder à expectativa daquela que foi construída através de seu intelectual, com certeza alcançará um nível de satisfação

positivo. Porém, se houver uma incompatibilidade quanto à imagem construída e esperada através dos relatos e àquela que está presenciando, o resultado será negativo, não atendendo à expectativa do visitante, gerando uma posterior decepção.

Desta reflexão é possível perceber-se a complexidade do tema. Através do “acúmulo” e emissões maciças de concepções pode-se obter uma série de pareceres completamente diferentes um do outro a partir de uma percepção pessoal e subjetiva construída por cada sujeito. Por exemplo, o mesmo turista que realizou a análise comparativa entre o que ouviu e o que vivenciou e obteve como resultado final uma decepção a respeito da localidade visitada, irá transmitir esta opinião a um outro potencial visitante. Com isso, há uma perda, em potencial, das visitas dos possíveis turistas. Isto deixa claro que a subjetividade e a rede de relacionamento entre as pessoas são determinantes para a sustentabilidade turística de um espaço turístico.

3. Metodologia empregada nesta pesquisa

3.1 Natureza da pesquisa

Trata-se de uma pesquisa descritiva que realizou coleta de informações de fontes primárias durante o ano de 2007 e os primeiros três meses de 2008. O que caracteriza esta pesquisa são os levantamentos feitos de estudos realizados através da coleta de dados – informações – que levantadas, das quais, até então, não se tinha conhecimento. A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Estuda fatos do mundo físico, humano, sem a interferência do pesquisador tem por finalidade observar, registrar e analisar os fenômenos sem, entretanto, entrar no mérito de seu conteúdo. Os estudos descritivos destinam-se a descrever as características de determinada situação.

3.2 Delineamento do Estudo

O presente estudo pretendeu verificar qual é a imagem do estado Pernambucano que está sendo construída pelo turista, relacionado aos festejos juninos, além de fazer uma análise comparativa da percepção pré-visita e pós-visita.

Dessa forma pode-se identificar se, o que está sendo transmitido ao turista é realmente o esperado por ele ou não.

Para chegar-se a possíveis conclusões, foi elaborado um instrumento para coleta de informações reunindo questionamentos relativos à temática proposta pela pesquisa.

Este instrumento foi aplicado nos locais dos eventos e teve a participação de turistas de diferentes lugares do Brasil.

3.2.1 Amostra

O processo de amostragem foi intencional, não probabilístico, adotado pelo pesquisador como referências, considerando os objetivos e o tempo previsto para elaboração desta pesquisa. A amostra do estudo constituiu-se num total de 20 turistas.

3.4 Coletas de dados

As informações desta pesquisa foram coletadas através das respostas emitidas no questionário com 12 questões fechadas e 8 questões abertas.

3.5 Metodologia e análise empregada

3.5.1 Para questões Fechadas

Para a análise de dados obtidos através de questionários com respostas fechadas, buscou-se o entendimento na proposta de Gil (1996, p.57) que afirma ser possível o entendimento do “conhecimento direto da realidade. À medida que as próprias pessoas informam a respeito [...] de suas opiniões”. E, também “à quantificação. Os dados obtidos mediante levantamento podem ser agrupados em tabelas, possibilitando sua análise estratégica (GIL, 1996, p.57)”.

3.5.2 Para questões abertas

Iniciou-se com a leitura das entrevistas, dos questionários, seguida do mapeamento e agrupamento dos registros em quadros resumo, visando caracterizar as repostas abertas obtidas dos participantes da pesquisa. A apuração dos resultados procedeu-se em tabelas e gráficos. A análise e discussão dos dados abordados foram feitas para cada questão, cruzando os dados obtidos nos questionários e utilizando-se também de percentual estatístico. Além disso, visando a mais assertiva análise dos dados foram realizados agrupamentos e categorização de blocos de respostas recorrentes nas questões em que isto ocorreu.

Para a análise das questões abertas utilizou-se a metodologia proposta por Bardin (1979, p.19), em três fases: pré-análise, exploração do material e análise e interpretação dos dados. O autor assim se manifesta sobre a metodologia: “[...] uma

técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva e sistemática do conteúdo manifesto pela comunicação”.

4. Análise e discussão dos dados

O estudo visa verificar a imagem criada na imaginação do turista pré-visita e pós-visita ao Estado de Pernambuco no período das festividades juninas, bem como analisar se o imaginário proposto foi construído pelo turista. Visando o conhecimento da percepção que foi transmitida, foram analisadas as respostas emitidas através de um questionário de 18 questões investigativas a respeito do tema. Os dados coletados foram analisados e apresentados através de demonstrativos gráficos quantitativos, além de análises qualitativas, caracterizando uma análise mista dos resultados.

A partir dos conhecimentos produzidos, passou-se a análise e os cruzamentos dos dados.

Para fins didáticos, segue-se a ordem das questões, análises e discussão dos resultados obtidos.

4.1 Questão N° 01 - Qual é a sua idade?

Esta pergunta visa mapear a faixa etária dos turistas entrevistados.

4.1.2 Análise da questão N° 01

Analisando os resultados obtidos, pode-se constatar que 10 dos 20 turistas entrevistados pertencem à faixa etária de 20 a 35 anos, representando 50% dos entrevistados. Isso significa que os atrativos presentes nos festejos estão despertando o interesse da faixa etária jovem. Estes dados trazem argumentos suficientes para alguns questionamentos de conceitos formados a respeito das festividades juninas. Possuindo esta representatividade de público adulto-jovem, pode-se perceber que a constatação de que as festividades culturais e tradicionais seriam focadas para o público mais velho (faixa etária de 36 à 65) é questionável. Pode-se inferir que está havendo aspectos motivacionais focados no público jovem, o que garante a satisfação e a recorrência das visitas neste período.

Os turistas considerados mais velhos nesta pesquisa representam 30% e 20% dos entrevistados respectivamente, e somados representam 50% dos entrevistados. Dessa forma, foi identificado que, apesar de ser uma festa que atrai uma grande parcela de jovens, continua sendo uma festa tradicional, e por isso, esta tradição acaba sendo um

atrativo turístico para a maioria das faixas etárias e também confirma o alto número de turistas participantes do evento a cada ano. Esta inferência pode nos remeter a classificação dos festejos juninos Pernambucanos como sendo uma festa mista e focada principalmente para o público jovem e adulto.

4.2 Questão N° 02 - Qual é o sexo?

Esta pergunta visa mapear o gênero dos turistas entrevistados.

4.2.1 Análise da questão N° 02

Analisando os resultados obtidos e demonstrados através de planilha e gráfico, pode-se constatar que 55% dos turistas entrevistados são do sexo masculino e 45% do sexo feminino. Através desta análise, foi identificado que existe uma diferença de 5% a mais de turistas masculino em relação aos turistas feminino. Com uma diferença tão pequena, chegou-se a conclusão de que as atrações propostas pelos festejos juninos pernambucanos despertam o interesse de ambos os sexos.

4.3 Questão N° 03 - Qual seu grau de escolaridade?

Esta pergunta visa mapear o grau de escolaridade dos turistas entrevistados.

4.3.1 Análise da questão N° 03

Pode-se constatar que 20% dos turistas entrevistados possuem o segundo grau completo (Ensino Médio), enquanto 40% dos entrevistados possuem nível superior e pós-graduação respectivamente, representando 80% da amostra entrevistada.

Essas informações revelam que o nível de escolaridade dos turistas que freqüentam os festejos juninos pernambucanos é considerado alto. Desta forma, fica comprovado que o grau de escolaridade revelado na pesquisa é impulsionado pela diversificação cultural existente nos festejos. Pode-se inferir também, através destes dados, que existe uma relação direta entre a escolaridade do público e o nível de expectativa esperada no evento. Considerando que nesta população há uma característica padrão de alto nível de exigência e são altamente críticos. Para que este perfil de turista tenha suas necessidades atendidas e construa uma imagem positiva do evento, é necessário que aspectos como: segurança, acessibilidade, fidelidade cultural, diversificação de programação e qualidade na infra-estrutura e organização, sejam rigorosamente pesados e monitorados.

4.4 Questão N° 04 - Qual é a sua região político-geográfica de origem?

Esta pergunta visa identificar o local de origem dos turistas entrevistados.

4.4.1 Análise da questão N° 04

Analisando os resultados obtidos, pode-se constatar que 40% dos turistas entrevistados são da Região Nordeste. Pode-se inferir que isso ocorre pela proximidade de deslocamento entre os estados nordestinos e pela familiaridade do povo com esta festividade. O que expressa este dado é que a questão da fidelidade cultural é determinante para o processo de atratividade dos próprios nordestinos a prestigiarem este evento. Por ser um conceito bem trabalhado e divulgado nestas áreas e contar com a forma de divulgação que passa por gerações, as festividades juninas tornam-se símbolos culturais da Região Nordeste, o que desperta orgulho e senso de responsabilidade na manutenção da tradição por parte da população.

Verifica-se que somadas as porcentagens dos entrevistados residentes nas Regiões Sul e Sudeste, cada uma contando com 30% dos pesquisados, ocorre uma representação de 60% de turistas entrevistados que são do chamado *sul do país*.

Esse fato pode ser explicado pela intensa divulgação através dos meios televisivos dos prazeres, singularidades e particularidades das festas juninas nordestinas. Durante todo o período da ocorrência de eventos, divulgam diferentes imagens sobre a existência dos festejos juninos em toda a Região Nordeste, o que não ocorre com tanta grandiosidade nas demais regiões.. A escassez de festejos desta magnitude, riqueza e diversidade cultural em outras regiões despertam o desejo de presenciar os ritos e tradições inerentes a este evento.

4.5 Questão N° 05 - Já havia visitado Pernambuco durante as festividades juninas em anos anteriores, ou não?

Esta pergunta buscou identificar quem já havia participado do evento em anos anteriores.

4.5.1 Análise da questão N° 05

Analisando os resultados obtidos e demonstrados, pode-se constatar que 60% dos turistas entrevistados participavam pela primeira vez do evento e 40% estavam participando dos festejos pela segunda vez. Isto demonstra, através de uma considerável

representatividade, que os turistas estão retornando ao estado para visitar e participar novamente da festividade. Sem dúvida isto tem uma relação direta com o nível de satisfação dos mesmos. Uma vez, construindo uma representação positiva em sua imaginação a respeito daquela região e festa, há uma recorrente volta munido de novas expectativas e necessidades a serem atendidas e superadas.

4.6 Questão N° 06 - Se a sua resposta foi sim: O que motivou o seu retorno?

Esta pergunta buscou identificar a imagem formada pelo evento anterior, na imaginação dos 08 turistas que responderam “sim” na questão anterior.

4.6.1 Análise da questão N° 06

Analisando os resultados obtidos e demonstrados através de planilha e gráfico, pode-se constatar que a infra-estrutura montada para o evento, é o item mais relatado e, portanto percebido pelos entrevistados com 50% das citações. Para estes turistas as cidades visitadas contam com uma infra-estrutura bem planejada. Este planejamento traz uma sensação de comodidade, seriedade e tranquilidade em todos os momentos do evento. Revelam que quando pensam nos festejos toda a estrutura aparece enquanto imagem construída e, isso foi considerado no processo decisório da volta ao Estado.

Para 25% dos entrevistados que responderam sim, a animação da festa foi o aspecto que garantiu a volta, eles lembram que o povo participante dos festejos é muito animado e isso contagia o turista.

A culinária típica do festejo foi responsável pela volta de 25% dos turistas entrevistados, eles relatam que esperam o ano todo para voltarem a saborear a culinária típica e diversificada existente nos festejos.

4.7.1 Questão N° 07 - Se sua resposta foi não: O que motivou a sua vinda?

Esta pergunta buscou identificar nos turistas que não haviam participado do evento em anos anteriores, o que motivou sua vinda, o tipo de divulgação do evento que fez despertar a vontade de conhecer o evento.

4.7.3 Análise da questão N° 07

Analisando os resultados obtidos, pode-se constatar que a divulgação por meio de televisão é responsável por 50% da vinda de turistas entrevistados que vieram pela primeira vez aos festejos juninos. Comerciais e manifestações em programas de grande

audiência, são os veículos mais eficientes. Eles revelam que no momento em que tiveram conhecimento da grandiosidade do evento, automaticamente aquelas imagens presenciadas pela TV, transformaram-se imediatamente em desejo de participar das experiências, e que foi esse tipo de divulgação que motivou a sua decisão.

A chamada divulgação “boca-a-boca”, que é considerada como o meio de divulgação mais econômico, é responsável pela ida de 33% dos turistas entrevistados que foram pela primeira vez. Declaram que no momento no qual os seus amigos contavam sobre a viagem começavam a formar uma imagem do evento o que despertava na sua imaginação um imaginário que já antevia a sua participação no próximo evento. Isso acabou gerando o desejo de conhecer e vivenciar tais experiências já vividas pelos amigos. Este dado demonstra a importância de se considerar a imaginação do turista e sua avaliação quanto ao local e ao evento visitado. Pois, percepções como esta influencia diretamente a decisão de um outro sujeito em visitar ou não o espaço turístico. A pesquisa revela que a garantia de uma construção positiva na imaginação do turista mantém a sustentabilidade turística de um espaço turístico.

Divulgações em jornais, revistas e folders são responsáveis por 17% das visitas dos turistas entrevistados que foram pela primeira vez aos festejos juninos. Eles revelam que no momento em que viram a divulgação dos festejos juninos pernambucanos por esses meios de divulgações, despertou um grande interesse. Eles revelam que as imagens mostradas por meios de fotografias acabaram despertando imagens em sua imaginação e motivando assim sua ida.

4.8 Questão N° 08 - Quantas cidades você visitou durante os festejos juninos?

Esta pergunta visa identificar a quantidade de cidades visitadas durante os festejos juninos.

4.8.3 Análise da questão N° 08

Analisando os resultados obtidos e demonstrados através de planilha e gráfico, pode-se constatar que 55% dos turistas entrevistados visitaram 03(três) cidades, 30% visitaram 02(duas) cidades e 15% visitaram 01(uma) cidade.

4.9 Questão N° 09 - Quais são as cidades que você visitou durante os festejos juninos?

Esta pergunta busca identificar as cidades que receberam o maior número de turistas entrevistados, buscando entender o possível estabelecimento de uma rede urbana de visitação. Levando em consideração que cada entrevistado pode ter visitado mais de uma cidade.

4.9.1 Análise da questão N° 09

Analisando os resultados obtidos pode-se constatar que 42% dos turistas entrevistados visitaram a cidade de Caruaru. A alta incidência de visitas recebidas pela cidade de Caruaru explica-se pelo fato da infra-estrutura do evento e das atrações turísticas desta cidade. Os festejos juninos em Caruaru são hoje considerados pela crítica como um dos mais importantes do mundo, pois recebem no total, cerca de 700 mil pessoas durante os dias do avento (dados de 2007).

A cidade de Gravatá recebe 21% dos turistas entrevistados isso se deve à proximidade da cidade com Caruaru, também o fato de ser um “corredor de acesso” às cidades de Caruaru e Arcoverde que, como ela, também oferece ótima infra-estrutura.

Os festejos juninos recifense recebem 21% dos entrevistados. Eles relatam que o fato da cidade do Recife ser o “portão de entrada” através do aeroporto, acaba sendo beneficiado, pois conta com uma ótima infra-estrutura para os festejos, oferecendo oportunidades para dançar desde o forró até o rock. Com isso, os turistas preferem, em sua maioria, passar a primeira noite no Recife e em seguida seguirem viagem para conhecerem outros festejos em outras localidades.

A cidade de Arcoverde recebe 11% dos entrevistados que conta com uma satisfatória infra-estrutura para os festejos. A diversidade do evento em Arcoverde é considerada o maior motivo da sua ida à cidade.

A cidade de Carpina recebe 6% dos entrevistados sua infra-estrutura para o evento é considerada o maior trunfo da cidade na concepção dos entrevistados.

4.10 Questão N° 10 - Qual das cidades visitadas lhe chamou mais a atenção? E qual a principal imagem deixada por ela em sua imaginação?

Esta pergunta buscou primeiramente identificar a cidade que mais chamou a atenção dos turistas entrevistados, em seguida a principal representação deixada por ela.

4.10.1 Análise da questão N° 10

Analisando os resultados obtidos, pode-se constatar que 85% dos turistas entrevistados responderam que a cidade de Caruaru foi a cidade que mais deixou imagens na imaginação do turista e também a que mais teve o imaginário proposto atendido. Já 15% responderam que foi a cidade de Gravatá.

Identifica-se que oito turistas dos que citaram Caruaru e dois dos que citaram Gravatá revelaram que a infra-estrutura proposta pelas cidades é a imagem que mais se destaca em sua imaginação. Alguns dos entrevistados relatam que não esperavam encontrar no Nordeste tamanha infra-estrutura para um evento.

Para 03 (três) dos turistas entrevistados que citaram Caruaru os elementos dos festejos como as fogueiras, fogos, arraias e outros são as imagens mais representativas dos festejos de Caruaru em sua imaginação.

Para 02(dois) dos entrevistados que citaram Caruaru, e 01(um) que citou Gravatá, a imagem mais representativa em sua imaginação é a alegria do povo participante do evento. Eles relatam que é impressionante a participação popular nos festejos, e como eles fazem isso com alegria.

Para 01(um) dos turistas que citou Caruaru, a receptividade do povo caruaruense foi a imagem mais marcante registrada em sua imaginação. Ele informou que ficou impressionado com o tratamento dado a ele em vários momentos pelo povo da cidade de Caruaru.

Para 03(três) dos turistas que citaram Caruaru, a culinária típica e diversificada existente nos festejos juninos na cidade, é a imagem mais marcante em sua imaginação. Eles relatam que a variedade de comidas feita com milho chama a atenção pelo sabor e apresentação.

4.11 Questão N° 11 - O que você representava antes de vivenciar os festejos juninos? (Imagem formada em sua imaginação quando se falava sobre o tema).

Esta pergunta visa mapear as principais imagens formadas na imaginação dos turistas entrevistados antes da participação deles nos festejos juninos pernambucanos. Assim pode-se observar se as imagens, formadas pela imaginação do turista antes da viagem, foram correspondidas e se as expectativas criadas foram atingidas na viagem ou não.

4.11.3 Análise da questão N° 11

Os elementos da cultura popular nordestina foram responsáveis por 30% das respostas dos turistas entrevistados na questão Nº 11. Eles informaram que quando se falavam sobre os festejos juninos, imediatamente lembravam dos elementos culturais nordestinos como: músicas, danças, artesanatos, literatura de cordel e outros elementos da cultura popular nordestina.

Para 20% dos turistas entrevistados, a imagem formada antes de sua participação no evento era de que os festejos eram muito alegres e divertidos. Revelam que as imagens e os imaginários passados pela comunicação através de TV, jornais e outros, é que não falta diversão nestes festejos.

Para outros 20% turistas entrevistados a imagem da ornamentação das cidades para os eventos com bandeirinhas, balões, iluminação e outros, é a imagem que tinham antes de visitarem os festejos.

Para 15% dos entrevistados a imagem de uma mesa farta repleta de comidas é a representação que visualizavam antes da visita.

Outros 15% dos entrevistados contaram que as brincadeiras e adivinhações eram as imagens pré-concebidas antes do evento. Estes dados demonstram a diversidade de aspectos que constrói a imaginação do potencial turista que se atrai pelas festividades juninas. Estes recursos contidos nas percepções estão coerentes com a realidade do evento e com todos os aspectos que o compõe. Isto demonstra que a comunicação feita pelos meios de comunicação à cerca deste evento têm sido assertiva no que diz respeito à imagem que se transmite e aquela em que o turista irá vivenciar quando tomar a decisão de visitar o Estado de Pernambuco durante o período dos festejos juninos. Com isto, as possibilidades de não se atingir as expectativas dos turistas se reduzem, pois o risco de vivenciarem algo diferente do informado é mínimo.

4.12 Questão Nº 12 - Depois da visita: Qual é a imagem formada em sua imaginação?

Esta pergunta visa mapear as principais imagens formadas na imaginação dos turistas entrevistados após sua participação nos festejos juninos pernambucanos, para que sirva de fonte de dados para análise se a imagem formada pós-viagem foi correspondido pelas expectativas criadas antes da viagem ou não.

4.12.1 Análise da questão Nº 12

Os elementos da cultura popular nordestina foram responsáveis por 26% das respostas dos turistas entrevistados na questão N° 12. Eles informaram que após participarem dos festejos juninos, algumas imagens referentes aos festejos formaram-se em sua imaginação, dentre elas estão os elementos da cultura popular nordestina. Eles relatam que isso se deu pelo fato de existirem várias manifestações culturais dentro dos festejos como: Danças, músicas, grupos folclóricos, artistas do cordel, artistas do barro e outras manifestações.

Para 21% das respostas dos turistas entrevistados, uma das imagens que compõe sua imaginação depois de sua participação no evento, é a da variedade da culinária típica nordestina. Para muitos a diversidade de comidas típicas é algo presente sua imaginação quando se fala sobre o evento.

A ornamentação da cidade que é cheia de cores e formas é responsável por 19% das respostas. Os entrevistados revelam que: tantas cores presentes em bandeiras, balões, pinturas, enfim em toda a cidade, acaba chamando a atenção do turista que, muitas vezes, não são acostumados com tantas cores.

A alegria dos festejos, a energia do povo e a diversão motivada pelos eventos aos turistas entrevistados são responsáveis por 18% das respostas. Eles contam que a alegria do povo e do evento é um fato marcante, e essa imagem também faz parte de sua imaginação.

Já a parte mística da festa, no qual entram em cena as simpatias, adivinhações e as rezadeiras foram responsáveis por 16% das respostas dos turistas entrevistados. Eles revelaram que toda a parte mística do evento é tratada com bastante seriedade, e até para alguns que não acreditam nas adivinhações e outros fenômenos místicos, no momento da festa levados pela empolgação chegam até a fazer algumas consultas. Este ocorre pela integração turista imaginário místico proposto.

4.13 Questão N° 13 - Quando se fala em festejos juninos qual é a imagem mais representativa deste evento? (indique apenas uma imagem para ilustrar sua imaginação pré-visita e outra para sua percepção pós-visita):

Nesta questão foram utilizadas imagens presentes no evento para que através delas os turistas pudessem identificar a imagem ali exposta. Uma vez sendo identificada a imagem, ela estaria conseqüentemente presente na imaginação do turista. Nesta questão o entrevistado identifica a imagem e assinala se já possuía esta imagem antes da participação no evento, depois do evento ou, antes e depois do evento.

4.13.1 Análise da questão N° 13

Constata-se que: a fogueira, os balões juninos, a mesa de comidas típicas e o trio pé-de-serra, receberam de 15 a 20 citações, dentre as opções da questão. Essas foram às imagens mais citadas entre os entrevistados. Assim pode-se perceber quais são as imagens mais conhecidas pelos entrevistados antes da viagem.

Ao analisar o quadro, percebe-se que todas as imagens reconhecidas pós-visita foram citadas no mínimo 10 vezes, isso significa que grande parte das imagens propostas, forma a imaginação dos turistas entrevistados.

4.14 Questão N° 14 - Quando se fala em festejos juninos qual é a cena mais representativa deste evento? (indique apenas uma imagem para ilustrar seu imaginário pré-visita e outra para sua percepção pós-visita).

Nesta questão foram propostas 08(oito) imagens para que dentre elas seja assinalada a mais representativa antes e depois do evento. Dentre as imagens apenas 02(duas) são referentes aos festejos. Dessa forma poderá ser identificado se o turista realmente tem uma imagem associada ao evento.

4.14.1 Análise da questão N° 14

Constata-se que não houve nenhuma alternativa assinalada errada. Nem antes da visita e nem depois, desta forma fica evidenciado que os turistas antes de participarem do evento, já possuíam um certo conhecimento do que poderiam vir a encontrar durante a sua visita, e que eles após vivenciarem o evento não ficaram confundidos com nenhuma imagem.

4.15 Questão N° 15 - Após vivenciar os festejos juninos você teria condições de nomear as manifestações culturais representadas nas imagens a seguir, ou não? (caso sua resposta seja afirmativa, favor nomear logo após cada figura).

Nesta questão foram propostas 05(cinco) imagens para que dentre elas fossem assinaladas as imagens que foram construídas pelos entrevistados. Além de assinalarem tiveram que nomear cada cena.

4.15.1 Análise da questão N° 15

Constata-se que todas as manifestações culturais foram assinaladas, isso significa que houve uma assimilação dessas manifestações culturais em grande maioria das cenas expostas. Desta forma, pode-se constatar que as manifestações culturais pertencentes aos festejos estão conseguindo se perpetuar na imaginação dos turistas entrevistados. Dentre as mais assinaladas a banda de pífanos é a figura dos festejos mais lembrada entre os entrevistados com 15 citações.

4.16 Questão N° 16 - Houve algum fato durante a sua visita que possa ser considerado como negativo ou não? (descreva-o)

Nesta questão buscou-se identificar os fatos negativos existente durante os eventos.

4.16.1 Análise da questão N° 16

Constata-se que dos 20(vinte) turistas entrevistados 09(nove) citaram algum fato negativo nos festejos, indicando que quase 50% dos entrevistados não ficaram 100% satisfeitos. Dos entrevistados 06(seis) responderam que o engarrafamento na rodovia de acesso à Gravatá foi o ponto negativo.

Para 02(dois) dos turistas os tumultos nos corredores de acesso aos eventos em Caruaru foi o ponto negativo. Para eles há um fluxo muito grande de pessoas circulando ao mesmo tempo nos poucos corredores que existem, esse fluxo acaba gerando um tumulto muito grande.

Para 01(uma) turista entre os entrevistados, ocorreu uma extorsão policial durante a sua visita, na rodovia de acesso, sendo essa a sua única insatisfação.

4.17 Questão N° 17 - Como você descreveria os festejos juninos Pernambucanos para outras pessoas (escolha no máximo 3 opções):

Nesta questão foram propostas 18 opções para que os turistas entrevistados assinalassem no máximo 03(três) delas. Desta forma foi possível identificar melhor como os turistas passam a representar os festejos. Foram expostos os 05(cinco) mais citados.

4.17.3 Análise da questão N° 17

Analisando, constata-se que 20 pessoas citaram a opção de alegre. Isso significa que a alegria do evento está presente na imaginação de todos os entrevistados e que o imaginário da alegria foi captado pelos entrevistados.

Para 18 entrevistados, nos festejos, a cultura nordestina está presente em sua imaginação.

4.18 Questão N° 18 - De maneira geral, como você classifica os festejos juninos Pernambucanos?

Esta questão visa mapear o nível de satisfação de cada turista entrevistado, para que se possa melhor identificar a absorção do imaginário proposto durante os festejos.

4.18.3 Análise da questão N° 18

Para 85% dos entrevistados os festejos juninos pernambucanos são classificados como ótimos. Isso significa dizer que o nível de satisfação que está sendo proporcionado aos turistas através da infra-estrutura montada para os eventos é de altíssima qualidade. Já para 15% dos entrevistados os festejos juninos pernambucanos são classificados como bom. Isso significa dizer que faltou muito pouco para haver uma satisfação completa.

5. Considerações finais

Considerando-se os resultados obtidos através do presente estudo, gerados pela pesquisa realizada e referencial teórico, foi possível a formulação de algumas considerações *não tão finais*.

O estudo, fundamentalmente, verificou dados referentes ao imaginário dos turistas entrevistados nos festejos juninos pernambucanos, analisando informações obtidas antes e depois da viagem, embora a mostra poderia ter sido maior.

Com a conclusão de todas as questões constatou-se que os festejos juninos pernambucanos contam com a participação de turistas de todas as idades, que é uma festa com participação de ambos os sexos, onde as variedades nos seus atrativos culturais acabam atraindo turistas. Foi observado também que o grau de escolaridade dos turistas participantes da pesquisa é considerado elevado. Assim pode-se fazer uma ligação entre nível de escolaridade alto com a procura por eventos culturais de qualidade. Barretto (2000) *salienta que a importância do legado cultural como atrativo*

turístico reside no poder deste, atrair um público diferenciado e ao mesmo tempo ajuda a recuperar a memória e a identidade do local.

Concluiu-se também que os turistas nordestinos são maioria nos festejos, e que grande parte dos entrevistados estavam nos festejos pela primeira vez, onde a divulgação através da televisão foi responsável por sua ida ao evento. Sendo a televisão a responsável pela ida do turista aos festejos, observa-se que o turista captou imagens através da televisão, formando um imaginário e que o motivou a conhecer as festividades. Dessa forma, constata-se o que diz Deleuze, (1992).

”[...] a imagem comporia, mais do que algo visível, algo legível, assim como um diagrama, porque há o que ver na imagem e o que ver por trás da imagem. A imagem torna-se, então, pensamento. O olho faz parte da imagem, é a visibilidade dela, e o cinema é produtor de realidade(DELEUZE,1992, p.68)”.

Da mesma forma como no cinema a televisão é um diagrama, no qual há o que ver por trás da imagem e aquelas imagens transformam-se em pensamentos, despertando o interesse do turista em conhecer as imagens mostradas na televisão, esta acaba sendo o primeiro contato com o local de destino, a primeira formação de seu imaginário antes da viagem. As imagens registradas pelos imaginários dos turistas antes da viagem foram formadas por elementos da cultura popular nordestina. Estas imagens eram, para eles, as figuras dos balões coloridos sobrevoando o céu durante o evento e uma quantidade grande de fogueiras queimando ao som do forró pé-de-serra, que tocava para as quadrilhas juninas e o povo alegre dançarem.

Os outros turistas que já haviam participado dos festejos por mais de uma vez, relatam que o motivo de sua volta foi a infra-estrutura oferecida pelas cidades durante os festejos, a alegria e receptividade das residentes.

A maioria dos turistas entrevistados informou que foram visitadas 03(três) cidades, que dentre elas as cidades que eles mais se identificaram foram Caruaru e Gravatá. Eles relatam que as duas cidades contam com uma infra-estrutura acolhedora, e que são riquíssimas em elementos culturais como os bacamarteiros, a banda de pífano, a dança do coco. Relatam que após a sua visita esses elementos ficaram mais marcantes em seu imaginário, pois, ocorreram vivências na prática daquelas imagens pré-concebidas e que estas foram consideradas como ótimas.

Assim pode-se analisar o que diz Durand (1997): *“o imaginário é o “conjunto das imagens e das relações de imagens que constitui o capital pensado do homo sapiens”, (DURAND, 1997: 14).* E o que cita Barretto (2000, p.11), *” o patrimônio cultural pode ser hoje definido como “o conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e*

costumes, crenças, formas de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade”. Cruzando as citações de Durand e Barretto, pode-se constatar que os elementos culturais são as fontes alimentadoras do imaginário do turista antes da visita, através de informações pré-concebidas por meio do processo de comunicação e depois da visita por meio das vivências e experiências ocorridas, juntam elementos da cultura nordestina e formam o imaginário do turista estabelecendo o poder-se-ia dizer de um entre-lugar turístico (CASTROGIOVANNI, 2007).

6. REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdos**. Lisboa: Edição 70, 1979.
- BARRETTO, Margarita. Turismo e Legado Cultural: as possibilidades do planejamento. 2ª ed. São Paulo, Papyrus, 2000.
- CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. **Lugar, no lugar y entre-lugares. Los ângulos dl espacio turístico**. Estudyos y Perspectivas em Turismo.Vol 10, nº 1. Buenos Aires, 2007. p. 5-26.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DUVIGNAND, Jean. **Festas e Civilizações**. Fortaleza, Tempo Brasileiro/UFCE, 1983.
- FLUSSER, Vilém. **Ensaio sobre a fotografia: para uma filosofia da técnica**. Lisboa: Relógio D'Água,1998.
- GIL, Antônio Carlos . **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- ISAMBERT, Franson – André. **Lê Sens du Sacré et Religion Populaire**. Paris, E. de Minuit, 1982.
- LE GOFF, Jacques. **O imaginário medieval**. Portugal: Editorial Estampa, 1994.
- MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Relógio D'água/Grande Plano, 2002.
- MORIN, Edgar. A Alma do Cinema. In: XAVIER, Ismail (org). **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Graal, 1983.p 145 –172.
- OTTO, De Beltrão. **Turismo a indústria do século XXI**. Editora Stiliano 2000.