



TURISMO E IDENTIDADE RURAL NA CIDADE DE CAMPINA GRANDE - PB

Rafael Leal Matos¹, Rodrigo de Azeredo Grunewald²

RESUMO

Este trabalho teve como foco a investigação acerca da conformação de uma identidade rural na cidade de Campina Grande. Procuramos saber como, em uma cidade de médio porte, com características típicas do mundo urbano e que costuma ser dita como moderna e tecnológica, se perpetua uma identidade rural perceptível pelo seu patrimônio imaterial. No mês de junho se vivencia na cidade um intenso turismo cultural – com o consumo de lugares de valor histórico, artístico e recreacional, que são mercantilizados para a visitação turística – marcado por um “imaginário rural”. Para compreender este fenômeno utilizamos técnicas quantitativas e qualitativas: observação participante e a realização de entrevistas semiestruturadas, elaboradas a partir de leituras e observações prévias. Com isso, percebemos que a identidade rural é amplamente perpetuada de maneira sazonal pelo poder público local, com a realização dos festejos de São João centralizados na festa intitulada de “O Maior São João do Mundo”. Como entender essa transmutação identitária que vai do moderno/tecnológico para o rural/tradicional? Entendemos que o poder público se apropria do patrimônio cultural da cidade e, tendo em vista sua expansão mercadológica, procura convencer diversos setores da sociedade de que o desenvolvimento econômico da sociedade contribui para a perpetuação das tradições locais.

Palavras-chave: Turismo Cultural, Patrimônio Cultural, Poder Público.

TOURISM AND RURAL IDENTITY IN THE CITY OF CAMPINA GRANDE - PB

ABSTRACT

This paper focuses on the investigation about the conformation of a rural identity in the city of Campina Grande. We try to find out how, in a medium-sized city, with typical characteristics of the urban world and that is usually characterized as modern and technology, it perpetuates a rural identity as perceived by their immaterial patrimony. In June an intense cultural tourism is experienced in the city – with the consumption of places of historical, artistic and recreational values, that are commercialized for touristic visitation - marked by an "imaginary rural". To understand this phenomenon we use quantitative and qualitative techniques: participant observation and the realization of semi-structured interviews, elaborated from readings and previous observations. With we perceived that rural identity is largely perpetuated seasonally by local authorities, with the achievement of festivities of *São João* centralized in the party titled "O Maior São João do Mundo." How to understand this transmutation of identity ranging from modern/technology for the rural/traditional? We understand that the government appropriates the cultural patrimony of city and, in order to expand marketing, trying to convince various sectors of society that the economic development of society perpetuate local traditions.

Keywords: Cultural Tourism, Cultural Patrimony, Public Administration.

¹ Aluno do Curso de Ciências Sociais, Unidade Acadêmica de Ciências Sociais, UFPG, Campina Grande, PB, E-mail: r.lealmatos@gmail.com

² Professor, Doutor, Unidade Acadêmica de Ciências Sociais, UFPG, Campina Grande, PB, E-mail: grunewald.ufcg@gmail.com