

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO - IFPE *CAMPUS* RECIFE**

DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CURSOS SUPERIORES - DACS

COORDENAÇÃO ACADÊMICA DE TURISMO - CATU

ISABELA DE FRANÇA LIMA

THAYZA MARYA BARBOSA CARNEIRO

**DA NOTA DE RODAPÉ AO CENTRO DA NARRATIVA: UMA PROPOSTA DE
ESTRUTURAÇÃO TURÍSTICA PARA O FESTIVAL DAS HEROÍNAS DE
TEJUCUPAPO, GOIANA - PE**

**Recife
2021**

**ISABELA DE FRANÇA LIMA
THAYZA MARYA BARBOSA CARNEIRO**

**DA NOTA DE RODAPÉ AO CENTRO DA NARRATIVA: UMA PROPOSTA DE
ESTRUTURAÇÃO TURÍSTICA PARA O FESTIVAL DAS HEROÍNAS DE
TEJUCUPAPO, GOIANA - PE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE), Campus Recife, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Edvânea Maria da Silva

**Recife
2021**

Ficha elaborada pela bibliotecária Maria do Perpétuo Socorro

Cavalcante Fernandes CRB4/1666

L732n
2021

Lima, Isabela de França

Da nota de Rodapé ao Centro da Narrativa: uma proposta de estruturação turística para o festival das heroínas de Tejucupapo, Goiana – PE./ Isabela de França Lima, Thayza Marya Barbosa Carneiro. --- Recife: Os autores, 2021.
75f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, Departamento Acadêmico de Cultura Geral, Formação de Professores e Gestão - DAFG, 2021.

Inclui Referências, anexo e apêndices.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Edvânea Maria da Silva.

1. Turismo. 2. Turismo Base Comunitária. 3. Apagamento Histórico
4. Protagonismo Feminino. 5. Festival Tejucupapo. I. Título. II. Silva, Edvânea Maria da (orientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

CDD 338.4791(21ed.)



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE PERNAMBUCO – CAMPUS RECIFE
Coordenação de Gestão de Controle Acadêmico
Lei Nº 11.892 – Publicado no D.O.U em 30/12/2008
C.N.P.J: 10.767.239/0003-07
CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO EM GESTÃO DE TURISMO

FOLHA DE APROVAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aluna: Isabela de França Lima

Matrícula 20161I5-RC0210

Aluna: Thayza Marya Barbosa Carneiro

Matrícula 20161I5-RC0784

**DA NOTA DE RODAPÉ AO CENTRO DA NARRATIVA: UMA PROPOSTA DE
ESTRUTURAÇÃO TURÍSTICA PARA O FESTIVAL DAS HEROÍNAS DE TEJUCUPAPO,
GOIANA - PE**

Data de Aprovação: 27/08/2021

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Edvânea Maria da Silva
Orientadora

Profa. Dra. Luciana Pereira da Silva
Examinadora Interna

Prof. Me. Marciano Antonio da Silva
Examinador Externo

PROFESSOR AXEL BEZERRA ALVES, Me

SIAPE Nº 2097251
COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO EM GESTÃO DE TURISMO

Recife-PE
2021

Dedicamos este trabalho às heroínas das nossas vidas, cujos exemplos moldaram as mulheres que somos hoje.

AGRADECIMENTOS

Aos nossos professores do curso de Gestão de Turismo por todo aprendizado, por nos fazerem enxergar o Turismo como algo além de uma atividade econômica, e a nossa orientadora Edvânea Maria, pela paciência e direcionamento deste estudo. As nossas mães, Cinéia e Eliane e demais familiares que nunca deixaram de nos incentivar. Aos amigos que fizemos durante estes anos de formação, que nos deram suporte emocional e estiveram presentes quando necessitamos: são recordações que levaremos por toda a vida. À Dona Luzia e Dhyogo Rodrigues, que sempre nos receberam de braços abertos (dispostos a compartilhar tantas memórias e informações sobre Tejucupapo), cujos relatos nos mostraram o quanto o festival está presente no seu cotidiano, bem como o poder de transformação que um evento desse pode trazer a uma comunidade.

RESUMO

Há 25 edições, o Festival das Heroínas de Tejucupapo confirma a diversidade cultural presente no estado de Pernambuco. O evento, que acontece na cidade de Goiana no litoral norte pernambucano, destaca-se por resistir ao apagamento histórico da batalha protagonizada pelas mulheres de Tejucupapo que enfrentaram a invasão holandesa no distrito, em 1646. A encenação do episódio da batalha das heroínas, nesse sentido, apresenta-se não só como o resgate do protagonismo feminino, mas também como alternativa para uma prática turística sustentável que coloca a comunidade como agente de transformação, apropriando-se do seu modo de vida e de suas manifestações culturais. Diante disso, e a fim de contribuir para o desenvolvimento econômico e cultural na região, este estudo objetivou elaborar um plano de estruturação turística para o festival das Heroínas de Tejucupapo. Para tanto, foram discutidos os segmentos de Turismo Cultural, de Eventos (BRASIL, 2006; 2010; 2016) e de Base Comunitária (BRAGA; SELVA, 2016) uma vez que se correlacionam com o tema deste estudo. Foram discutidos, também, o protagonismo das mulheres nas narrativas mitológicas e históricas (TARDIN; AZEVEDO; BARRETO, 2017) e o apagamento da participação feminina em conflitos armados (RAGO, 1995). Espera-se que, ao ser implementado, o plano de estruturação contribua para o avivamento da memória do protagonismo feminino, a visibilidade ao festival e, não menos importante, a movimentação da economia local como uma nova fonte de renda para os moradores do distrito, ampliando o potencial turístico da cidade de Goiana.

Palavras-chave: Turismo; Turismo de base comunitária; Apagamento histórico; Protagonismo feminino; Festival de Tejucupapo.

ABSTRACT

For 25 editions, the Festival das Heroínas de Tejucupapo confirms the cultural diversity present in the state of Pernambuco. The event, which takes place in the city of Goiana on the northern coast of Pernambuco, stands out for resisting the historical erasure of the battle carried out by the women of Tejucupapo who faced the Dutch invasion of the district in 1646. The staging of the heroine battle episode, in this sense, presents itself not only as the rescue of female protagonism, but also as an alternative to a sustainable tourist practice that places the community as an agent of transformation, appropriating their way of life and its cultural manifestations. In view of this, and in order to contribute to the economic and cultural development in the region, this study aimed to elaborate a tourist structuring plan for the Heroínas de Tejucupapo festival. To this end, the segments of Cultural Tourism, Events (BRASIL, 2006; 2010; 2016) and Community-Based (BRAGA; SELVA, 2016) were discussed as they are correlated with the theme of this study. The role of women in mythological and historical narratives (TARDIN; AZEVEDO; BARRETO, 2017) and the erasure of female participation in armed conflicts (RAGO, 1995) were also discussed. It is expected that, when implemented, the structuring plan will contribute to reviving the memory of female protagonism, the visibility of the festival and, not least, the movement of the local economy as a new source of income for the district's residents, expanding the tourist potential of the city of Goiana.

Keywords: Tourism; Community-based tourism; Historical deletion; Female protagonism; Tejucupapo Festival.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mulher Gato e Vampirella, heroínas hipersexualizadas	24
Figura 2 – Cena Teatral da batalha	32
Figura 3 – Paço Municipal Heroínas de Tejucupapo	37
Figura 4 – Cine Teatro Polytheama	37
Figura 5 – Museu de Artes Zé do Carmo	37
Figura 6 – Igreja de Nossa Senhora da Conceição	38
Figura 7 – Lotação das arquibancadas	42
Figura 8 – Atores encenando a coreografia teatral	43
Figura 9 – Estacionamento dividido com ambulantes	44
Figura 10 – Estacionamento dividido com ambulantes	44
Figura 11 – Espectadores	45
Figura 12 – Estrada Megaó	45
Figura 13 – Estrada Megaó na saída da encenação	46
Figura 14 – Imagem do blog Heroínas de Tejucupapo com a última atualização em 2010	51
Figura 15 – Fotografia de dona Luzia caracterizada de Heroína	53
Figura 16 – Imagem da logomarca do evento	53
Figura 17 – Camisa, boné e sacola de papel impressa com a logomarca do evento	54
Figura 18 – Print da página do site do evento	54
Figuras 19 e 20 – Exemplo da programação do evento com a logomarca do estudo	55
Figura 21 – Vista panorâmica do projeto	55
Figura 22 – Tenda de recreação infantil e tenda onde funcionará o CAT	56
Figura 23 – Vista de cima da disposição da feirinha gastronômica, arquibancadas, feira de artesanatos e posto policial e ambulância	56

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Análise de SWOT do evento Heroínas de Tejucupapo	41
Quadro 2 – Organização de funções dentro do evento	48
Quadro 3 – Cronograma do evento	49
Quadro 4 – Recursos físicos	57
Quadro 5 – Recursos Humanos	58

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 INÍCIO DA JORNADA: UMA BREVE DISCUSSÃO SOBRE O TURISMO	15
2.1 Turismo de Base Comunitária	16
2.2 Turismo Cultural	19
2.3 Turismo de Eventos	22
3 DO CENTRO DA NARRATIVA À NOTA DE RODAPÉ: O PROTAGONISMO FEMININO E SEU APAGAMENTO HISTÓRICO	26
3.1 O protagonismo feminino nas narrativas mitológicas e históricas	26
3.2 O apagamento da participação feminina em conflitos armados	32
3.3 Passado perpetuado no presente: realidade das guerreiras de Tejucupapo do século XXI	33
4 COM OS PÉS NA TERRA DAS DA GUERREIRAS: CAMINHANDO PELA ESTRUTURAÇÃO DO EVENTO	37
4.1 Cenário econômico da cidade de Goiana e seu potencial turístico como polo cultural	37
4.2. Tejucupapo como atrativo turístico e cultural e a importância do evento	41
4.3 Procedimento metodológico	43
4.4 Diagnóstico	45
4.5 Acesso ao (e local) do evento	48
5 UMA PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO TURÍSTICA PARA O FESTIVAL DAS HEROÍNAS DE TEJUCUPAPO	50
5.1 Organograma	51
5.2 Cronograma	52

5.3 Marketing e Divulgação	53
5.3.1 Identidade Visual	55
5.3.2 Identidade visual do site	57
5.3.3 Programação do evento	57
5.3.4 Layout do terreno onde ocorre a encenação da Batalha das Heroínas	57
5.4 Orçamento preliminar	59
5.4.1 Recursos Físicos e aluguel de equipamentos	60
5.4.2 Recursos Humanos	61
5.5 Captação de Recursos	62
5.5.1 Leis de incentivo à Cultura em Pernambuco	62
5.5.2 Parcerias com instituições públicas e privadas	62
CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
REFERÊNCIAS	66
APÊNDICE	71
ANEXO	75

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, é notória a crescente busca pelo turismo cultural devido à necessidade de afirmação da identidade do povo brasileiro perante o fenômeno da globalização (DIAS, 2006). O Estado de Pernambuco, nesse sentido, destaca-se pela rica variedade cultural de danças/ritmos, como o frevo, a culinária e, dentre os seus 185 municípios (IBGE, 2016), destacamos a cidade de Goiana, localizada na Zona da Mata Norte. Tal escolha se dá porque no passado, o município foi palco de grandes revoluções estaduais e mantém, do que restou da época, um rico patrimônio arquitetônico – incluindo igrejas, casarões e engenhos de cana-de-açúcar, que há muito eram o principal fomentador da economia do lugar – e manifestações culturais como a encenação da Batalha das Heroínas em Tejucupapo, um dos distritos da cidade.

O Festival das Heroínas se faz presente na vida das autoras deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) ao levá-las a refletir acerca das influências culturais do interior do estado, bem como de suas próprias vivências pessoais, a partir do contato com manifestações como a Ciranda, o Coco de roda e o Caboclinhos, bem como devido à vontade de descentralizar a atividade turística. Ademais, houve o desejo de deixar algo para uma parcela da população que por vezes se encontra excluída da atividade turística, além de contribuir também para a difusão desse feito feminino. Foram esses os fatores que influenciaram a escolha deste tema.

Dito isso, e tendo em vista essas peculiaridades que fazem de Goiana merecedora de atenção especial, faz-se necessária a elaboração de um plano que vise à estruturação e logística, do local. Desta forma, este estudo tem como objetivo geral propor melhorias e estratégias de promoção do Festival Heroínas de Tejucupapo – Goiana (PE) para fins turísticos. Para tanto, tem-se como objetivos específicos analisar a situação atual em que se encontra o evento; promover a visibilidade da apresentação teatral das Heroínas de Tejucupapo; preservar a memória histórica como fortalecimento da identidade da comunidade; incrementar a economia local e dinamizar os segmentos do turismo na cidade de Goiana a fim de tornar o Festival não somente preparado para receber o público existente e potencial, mas também para manter viva a memória e conservação da tradição pela (e para a) população.

Salve, Salve! Terra querida; guarnecida de lindos florões berço augusto de heróis sublimados; denodados, ilustres varões! Salve! A mais gloriosa trincheira. Da fé brasileira no ardor varonil – Onde nossa vovó com o filho guapo, em Tejucupapo, salvou o Brasil! Goiana! Terra adorada, sempre amada dos filhos teus!...Pela glória do teu passado és um presente abençoado de Deus.[...]
(Duas primeiras estrofes do Hino de Goiana, 1996)

Apesar do passado glorioso, o presente parece apontar para o apagamento dessa história, impossibilitando um desenvolvimento econômico e cultural maior na região. Dessa maneira, a

proposta apresenta-se como uma nova alternativa de renda à comunidade tejudupapense que sobrevive da pesca. Entretanto, devido à degradação do meio ambiente, essa atividade vem se tornando cada vez menos rentável, daí a importância de dinamizar o turismo nessa comunidade, para além do enfoque turístico de Goiana que está centrado no segmento de “Sol e Mar”.

Além disso, mas não menos importante, a proposta visa à manutenção da memória coletiva, que é aquela ligada a diversos fatores julgados importantes e que são guardados como memória oficial da sociedade, representada em monumentos, hinos oficiais, quadros e obras literárias e artísticas que expressam a versão consolidada de um passado coletivo (VON SIMSON, 2000, p. 63). Na perspectiva desse estudo, um fato histórico está intimamente ligado aos feitos femininos que por muito tempo foram encobertos, o que torna essa proposta ainda mais relevante.

Antes de apresentar o plano de estruturação, no capítulo “Início da jornada: uma breve discussão sobre o turismo”, fez-se necessário uma definição de turismo e a importância dele na (e para a) sociedade e como essa a atividade se apropria dos bens culturais, transformando-os em potenciais produtos. Nesse sentido, foram discutidos três segmentos de Turismo: o de Base Comunitária (TBC), o Cultural e o de Eventos, uma vez que se relacionam com o tema deste trabalho.

Nos capítulos que seguem, foi imprescindível discutir acerca dos papéis sociais impostos ao sexo feminino, pois, até então, o feito histórico do festival se destacava pela quebra do que é tido como naturalidade feminina: as mulheres lutaram! Sendo assim, o capítulo intitulado “Do centro da narrativa à nota de rodapé: O protagonismo feminino e seu apagamento histórico” traz à tona outros feitos realizados por mulheres, como a participação delas nas duas guerras mundiais, além dos questionamentos referentes a sua invisibilização e marginalização. Nesse sentido, traça-se um paralelo das antigas guerreiras com a nova luta enfrentada pelas novas heroínas do distrito, em especial Dona Luzia Maria da Silva, idealizadora do evento, a fim de manter viva a história de suas antepassadas, bem como sua sobrevivência nas “batalhas” do presente.

Em “Com os pés na terra das guerreiras: caminhando pela estruturação do evento”, apresenta-se a cidade de Goiana, seu cenário econômico e seu potencial como polo cultural. Hoje, o município – que tem na sua localização estratégica um dos principais motivadores de investimentos de grandes empresas, com sede de fábrica automobilística, farmacológica e de

produção de vidros, como também futuramente – sediará o novo campus da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE que, certamente, irão alterar a realidade das jovens nativas¹.

Por fim, em “Uma proposta de estruturação turística para o Festival das Heroínas de Tejucupapo”, será apresentada uma proposta alternativa de renda que ofereça autonomia ao Festival, atraia patrocínio de empresas privadas, preserve a identidade e memória do lugar e mantenha a população cada vez mais inserida no evento.

¹ Inspiradas em “Carta de uma orientadora: o primeiro projeto de pesquisa”, da professora, antropóloga e ativista Débora Diniz, e tendo em vista que lutamos contra o apagamento das lutas e conquistas das mulheres na História, optamos por adotar, na medida do possível, uma escrita feminina como linguagem universal visto que “o lugar dos homens está tão bem assegurado na pesquisa acadêmica” (DINIZ, 2013, p. 9) e na sociedade como um todo.

2 INÍCIO DA JORNADA: UMA BREVE DISCUSSÃO SOBRE O TURISMO

A atividade turística, como hoje conhecemos, é resultado de um longo processo histórico de desenvolvimento das sociedades. Alguns autores acreditam que os primeiros a viajarem foram os gregos para verem os jogos olímpicos no século XVIII a.C.; outros acreditavam que foram os fenícios, porque esses foram os inventores da moeda e do comércio. O Império Romano também foi relevante, acredita-se que foram os primeiros a viajar por prazer (BARRETTO, 2006, p. 45). Os “povos bárbaros”, por volta do século V, já faziam deslocamentos para festejos, entre os séculos II e III, que começaram uma grande peregrinação a lugares de grande marco religioso.

A intensidade dessa peregrinação fez com que surgisse a irmandade dos trocadores de moedas, com a finalidade de atender às variedades de moedas nesses lugares. A partir desses movimentos, surge o primeiro guia turístico impresso. Já no período das Cruzadas, os grandes movimentos de pessoas proporcionaram a criação das pousadas como atividades lucrativas, além do intercâmbio de professores e alunos com a intenção de adquirir novos conhecimentos. Também nessa época, houve uma considerável melhora nos transportes, começava, assim, o fortalecimento do turismo.

Posteriormente, após a Revolução Industrial começaram as primeiras viagens com a intervenção de um agente de viagens, dando início ao turismo moderno, e, em 1915 o governo inglês adotou o uso de passaporte com o qual o tráfego de turistas passou a ser controlado. As guerras mundiais impactaram a atividade turística: a Primeira Guerra Mundial demonstrou a importância do automóvel, incentivando a compra por pessoas com maior poder aquisitivo; A Segunda Guerra demonstrou a eficiência do transporte aéreo, e o turismo entrava, assim, na era dos aviões, dando início ao turismo contemporâneo. E, em 1949, era vendido o primeiro pacote aéreo.

A atividade se expandia por todo o mundo, e setores envolvidos tiveram suas melhorias e regulamentações. Na América do Sul, os primeiros países a desenvolverem atividade foram o Chile, a Argentina e o Uruguai (turismo de Sol e Mar). No Brasil, só depois de 1920 que o turismo começou como fenômeno social e inicialmente ligado ao turismo de massa (BARRETTO, 2006, p. 56).

Atualmente o turismo tem uma grande contribuição direta e indireta na economia: gerando novos empregos e empreendimentos ligados, direta e/ou indiretamente, à atividade turística. Por exemplo, uma empresa que forneça bolos para o café da manhã em pousadas e hotéis terá um aumento na demanda de seu produto – e, conseqüentemente, poderá contratar

mais funcionárias –, se houver um aumento, também, na quantidade de hóspedes daqueles espaços. Além disso, o incremento da atividade poderá promover melhorias na infraestrutura da localidade em saneamento, na segurança, no transporte e nas vias de acesso.

De acordo com o relatório de impacto econômico, realizado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo - WTTC (2019), o turismo teve uma contribuição de US \$9,2 trilhões, 10,4% do Produto Interno Bruto global e um total de 334 milhões de postos de trabalho, entre diretos e indiretos em todo o mundo. Já o turismo brasileiro, no mesmo ano, segundo o relatório da Confederação Nacional de Bens, Serviços e Turismo (CNC), foi responsável pela injeção de US \$238,6 bilhões, juntamente com a geração de 35.692 novos postos de trabalho.

Como define De La Torre Padilha (1997, p.19):

O turismo é um fenômeno que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultural ou saúde, saem do 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.

Dessa forma, temos o sujeito da prática turística: a visitante, este se caracteriza por se deslocar para um destino diferente do seu entorno habitual e não exerce nenhuma atividade remunerada, durante um período menor que um ano. Vale ressaltar que há turistas e excursionistas: estas são pessoas que permanecem no destino por um período inferior a 24 horas; aquelas são os indivíduos ou grupos que permanecem num lugar distinto por um período maior que 24 horas, por motivos diversos, e que se adequam às segmentações turísticas (OLIVEIRA, 2002, p. 38).

Através da motivação da viagem, podemos subdividir esses dois grupos de indivíduos em segmentos do turismo, como por exemplo, a turista que se desloca a um destino motivado a conhecer as tradições ou eventos religiosos se encaixa no segmento de Turismo Religioso. Essa segmentação também auxilia no planejamento e organização da atividade, canalizando recursos, publicidade e outros meios de maneira mais assertiva. Para este trabalho, será discutido, especificamente, acerca do Turismo de Base Comunitária (TBC), do Cultural e do de Eventos.

2.1 Turismo de Base Comunitária

Ante as crescentes preocupações ambientais e sociais ao modelo capitalista de desenvolvimento em diferentes esferas da economia, no turismo, críticas à gestão da atividade e impactos negativos evidenciam a forma excludente em que uma pequena parcela dos benefícios atinge diretamente a comunidade receptora. Partindo dessa premissa, grupos

comunitários têm se articulado e empreendem uma nova forma de manejo do turismo, visando ao diálogo, a minimização dos impactos ambientais e sociais e a participação efetiva da sociedade em que o Turismo se desenvolve.

As comunidades devem se inserir e se beneficiar do turismo não apenas como empregados (geralmente mão de obra barata e considerada de baixa qualificação), mas também como empreendedores e atores que participam de processos de planejamentos e decisões compartilhadas, definindo se querem a atividade turística em seus territórios e que tipo de turismo desejam, caminhando no sentido de uma inclusão social mais efetiva (BRAGA, 2015, p. 36).

Essa nova prática de desenvolver o turismo, surge como um novo paradigma. Denominado Turismo Comunitário ou Turismo de Base Comunitária - TBC, está intimamente vinculado com o ambiente natural e cultural das localidades; um amparo, não somente, ao fortalecimento da identidade local, mas também das suas lutas pela posse de terra e pelo direito de usufruir de forma sustentável os recursos naturais, pois a maioria das comunidades que desenvolvem esta atividade se encontram em pequenos povoados, aldeias, vilas e/ou em áreas de relevância ambiental com poucas perspectivas econômicas (HALLACK, BURGOS; CARNEIRO, 2011). Muitas comunidades vivem da pesca, do artesanato, e veem no turismo uma forma a mais de ter visibilidade quanto aos seus territórios, além de alternativas de renda resultante das hospedagens, das vendas de produtos artesanais, dos passeios alternativos ou de apresentações culturais que podem ser empreendidos por elas, bem como a valorização do seu modo de vida.

Essa forma de gestão, tem sido identificada desde os anos 90; porém, somente nos anos 2000, tornou-se amplamente conhecida e discutida no âmbito político e acadêmico (HALLACK; BURGOS; CARNEIRO, 2011). Esses debates geraram diversas definições que variam de autora para autora devido às inúmeras formas de desenvolver o TBC e as particularidades das realidades locais; porém, foi escolhida esta que se relaciona com a presente pesquisa. Segundo Coriolano (2003, p. 41),

compreende-se por turismo comunitário, solidário, de base local ou de base comunitária aquele desenvolvido pelos próprios moradores de um lugar, que passam a ser os articuladores e os construtores da cadeia produtiva, onde a renda e o lucro ficam na comunidade e contribuem para melhorar a qualidade de vida.

O TBC difere do Turismo de massa uma vez que coloca as nativas como sujeitos de transformação, dando mais autonomia e voz a elas, fazendo com que as demandas da população sejam ouvidas. Essa prática auxilia também para que a inclusão da atividade seja melhor aceita, diminuindo as chances de ocorrerem rejeição aos visitantes ou descaracterização da cultura

local. Nele a troca genuína buscada pela visitante se faz presente inclusive no cotidiano da comunidade como define o Ministério do Turismo:

Turismo Comunitário é um modelo de desenvolvimento turístico sustentável, integrado, com foco no território [...] a cultura e os modos de vida locais são a principal motivação da visita, onde há o intercâmbio cultural entre o turista e a comunidade [...] é uma atividade complementar às atividades tradicionais desenvolvidas pelas comunidades (BRASIL, 2010, p. 16).

Assim, quando o turismo é articulado na perspectiva do TBC tem a capacidade de empoderar a comunidade, mas também de evitar que a mesma atividade turística – podendo estar relacionada ao ecoturismo, ao turismo rural, cultural, de praia, de observação, entre outros – se aproprie de espaços de convívio e os transformem em meros espaços de consumo.

Países como o Chile, Peru, Bolívia, Colômbia, Equador vêm se consolidando no desenvolvimento do turismo de base comunitária (BRAGA; SELVA 2016), e o Brasil também, inclusive existem no país algumas organizações que ajudam a fomentar essa atividade. O Instituto Mirauá é uma dessas organizações. Supervisionado pelo Ministério da ciência, tecnologia, inovações e comunicações, a organização atua desde 1999 na região do Médio Solimões no estado do Amazonas, fortalecendo áreas de educação ambiental, saúde e tecnologia. Um de seus projetos, o programa de turismo de base comunitária, promove a assessoria técnica para as iniciativas, a exemplo da Pousada Uacari.

Nesse sentido, a comunidade local é capacitada para maior autonomia na sua gestão e na prestação de serviços turísticos, sendo um dos projetos de TBC pioneiros no Brasil. Vale destacar ainda que, em 2015, o projeto foi finalista do World Tourism Awards na categoria “Redução de Pobreza”, vencedor como melhor meio de hospedagem do Brasil e TOP Sustentabilidade pela BRAZTOA (2015) e um dos três finalistas na categoria “Comunidade” do prêmio do World Travel and Tourism Council (2018)². Outra ação é o Projeto Bagagem, uma ONG dedicada à preservação do patrimônio cultural e ambiental através do TBC. Sem fins lucrativos, a organização apoia a atividade financiando-a com editais, serviços e doações. Com diretoria voluntária e trabalho em rede, a ONG pretende para 2020-2023 mapear as iniciativas de TBC no Brasil e ser um vetor de conteúdos educativos, consultorias e parcerias para a manutenção e desenvolvimento da atividade³.

Em razão desse movimento crescente, a capital pernambucana tem contemplado algumas iniciativas de TBC que merecem destaque. Localizada na região norte do Recife, a comunidade de Bomba do Hemetério foi o primeiro destino turístico cultural de base

²INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Institucional. Disponível em: www.mamiraua.org.br. Acesso: 4 fev. 2021.

³ PROJETO BAGAGEM. Início. Disponível em: www.projctobagem.org. Acesso: 4 fev. 2021.

comunitária em área urbana da cidade, organizado como estratégia de desenvolvimento local, fruto do programa “Bombando Cidadania”. É uma das regiões que mais refletem a cultura raiz recifense, reunindo diversos grupos culturais e agremiações, entre maracatus, caboclinhos, sambas, troças, bois, reisados, afoxés, ursos e frevos. Dessa forma, o destino vem se consolidando em um polo cultural, sendo possível encontrar alternativas diversas de passeios, oficinas e delícias gastronômicas. Na outra ponta do Recife, zona sul, em meio a um manguezal urbano, a comunidade da Ilha de Deus, por meio do trabalho do Centro Saber Viver, iniciou a prática do TBC em 2015. Hoje a localidade, formada em sua maioria por pescadores, se tornou uma alternativa para divulgar o potencial natural do lugar e oferecer aos visitantes e turistas, através dos passeios de catamarãs, oficinas gastronômicas, artesanatos e intercâmbios sociais e pedagógicos, experiências autênticas e vivências de seu cotidiano.

Outro exemplo localizado a 50 km do Recife é o povoado de Tejucupapo, distrito de Goiana e objeto desse estudo, que vem desenvolvendo por iniciativa da própria comunidade – até mesmo sem a certeza do que seja o Turismo de Base Comunitária – um festival cultural em que sua atração principal consiste na encenação da Batalha das Heroínas de Tejucupapo, em que as moradoras são as atrizes e autoras do atrativo.

Por ser um evento, a comunidade de Tejucupapo acrescenta mais diversidade ao desenvolvimento do TBC no Estado, pois foge do roteiro Recife/Olinda e de destinos como o litoral sul de Pernambuco. É importante ressaltar que essas iniciativas podem enfrentar o desafio de manter sua originalidade, suas dinâmicas, ao mesmo tempo que tentam se inserir no mercado, sem perder de vista, entretanto, que “não estão isentas de influências externas, divergências internas e conflitos de interesse” (HALLACK; BURGOS; CARNEIRO, 2011, p.17).

2.2 Turismo Cultural

O termo cultura, assim como ocorre com turismo, apresenta várias definições pelas autoras, pois está ligada a tudo que se refere às artes, crenças, músicas, à culinária, em suma, à identidade de um povo. O vínculo entre cultura e turismo se faz visível quando o turismo se apropria das manifestações culturais, das artes, dos artesanatos e da cultura (BATISTA, 2005). Nesse sentido, o Brasil, pela sua dimensão e diversidade, possui um amplo patrimônio cultural que, na perspectiva do turismo, se apresenta como uma oportunidade de estruturar novos produtos turísticos.

Desde os meados da década de 1980, cidades europeias já vinham percebendo a tendência desse segmento (turismo cultural), desenvolvendo, assim, medidas na inserção do turismo nas políticas públicas de desenvolvimento econômico e urbano, ao perceber que esse

segmento implica a preservação dos patrimônios arquitetônicos e também a construção de novos espaços que atendam à demanda das atividades relacionadas à cultura, como a construção de museus, teatros, casas de eventos e centros de representações culturais.

É importante ressaltar que, embora toda viagem seja uma experiência cultural, já que o turista se envolve com as peculiaridades do lugar visitado, nem toda turista é uma turista cultural, pois isso requer que a motivação da viagem seja de cunho cultural. Assim, o Turismo Cultural compõe-se de “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, 2010, p.15)”.

O Frevo de Pernambuco e a Roda de Capoeira, por exemplo, são considerados Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura - UNESCO. Além disso, o país conta com cerca de 3 mil museus espalhados em todo território e, de acordo com o Conselho Mundial de Viagens e Turismo – WTTC, o país se encontra em 9º lugar no Ranking de Competitividade em relação à cultura⁴.

Dessa maneira, foram criadas medidas para a patrimonialização dos bens de valores culturais, históricos, arquitetônicos e ambientais para a sociedade. Através do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN, autarquia ligada ao Ministério do Turismo brasileiro, foram desenvolvidas ações de tombamentos (direcionados aos bens materiais) e registros (direcionados aos bens imateriais); sendo os registros classificados como livros: dos Saberes, das Celebrações, das Formas de Expressão e dos Lugares. Cada qual com as suas particularidades e de suma importância para o povo.

Todavia, quando se procura algo nos registros que estejam atrelados aos feitos/movimentos predominantemente femininos, o destaque encontra-se no Livro dos Saberes. A título de exemplo, temos o ofício das Baianas de Acarajé (Inscrito no Livro de Saberes em 2005, em Salvador), que através da fabricação e venda, mantém vivos os costumes e ritos, que vão desde o modo de preparo até a disposição dos itens no tabuleiro. Em Sergipe, há o modo de fabricação da Renda Irlandesa, em Divina Pastora (inscrito no Livro de Registro dos Saberes em 2009); em Vitória, no Espírito Santo, encontramos o ofício das Paneleiras de Goiabeiras (Inscrito no Livro de Saberes em 2002), cuja prática é passada de geração a geração entre as artesãs do bairro Goiabeiras (IPHAN, 2015). Esses exemplos não visam desmerecer os saberes, mas trazendo à tona a reflexão de que estes bens culturais são exemplos de atividades

⁴ Devido à pandemia do Covid - 19, a WTTC ainda não publicou um novo estudo acerca do ranking, pois a atividade turística foi interrompida e as pesquisas da organização ficaram voltadas para as medidas que os países estão adotando para mitigar os efeitos que a pandemia causou ao setor.

predominantemente femininas, reflexos dos papéis sociais impostos às mulheres historicamente.

Em Pernambuco, lugar de se viver história, o estado se destaca culturalmente no país, sendo uma das primeiras ocupações holandesas, além de ter atraído outros colonos e, com eles, os povos africanos que foram trazidos à força para serem escravizados e trabalhar na plantação de cana de açúcar, além, é claro, dos povos (nativos) indígenas. Essa mistura de etnias culminou em uma rica herança cultural.

As disputas entre índios nativos, portugueses e holandeses, principalmente no século XVI, pelo território, resultou em uma mistura cultural que, ainda hoje, desfila na arquitetura, culinária e especialmente na batida musical de Pernambuco. O patrimônio cultural de Pernambuco compreende tradições ligadas ao Carnaval (troças, caboclinhos, clubes e agremiações), ao São João (bandas de pífanos, bacamartes, comidas de milho), à capoeira e às comunidades indígenas e quilombolas, entre outras. Os gigantes bonecos de Olinda também são considerados tradição local (BRASIL, 2016, n.p).

Embora a atividade turística do estado esteja em sua grande maioria atrelada às duas cidades irmãs, Olinda e Recife, ainda há muito o que se descobrir e explorar em todo território pernambucano e vai além das praias. É no interior que manifestações culturais ainda desconhecidas de parte da população e visitantes fora do entorno, afloram nas regiões – Sertão, Agreste, Zona da Mata Sul e Norte – que apresentam potencial turístico, embora ainda pouco esmiuçado pela atividade.

Estas festividades de caráter cultural ou tradicional são exemplos de bens imateriais, a exemplo das comidas típicas. Existem também os bens materiais, que podem ser representados por conjuntos arquitetônicos ou itens de natureza física que reflitam a identidade da população nativa, sendo considerados como patrimônios se tiverem legitimidade social. Isso significa que deve existir uma identidade social sob esses patrimônios incluindo aspectos territoriais, temporais e ideológicos. A população deve estar intimamente ligada a este para que não seja apenas considerado como atrativo turístico, perdendo seu laço cultural.

Canclini (apud DIAS, 2006) afirma que o patrimônio não é somente a herança de cada povo, expressões mortas de sua cultura, mas são seus bens atuais, visíveis e invisíveis; sendo assim, deve estar em um ciclo de manutenção e uso social. Uma das formas de manter esse ciclo é através da revitalização/ requalificação urbana sob os bens materiais, dando um novo significado ao lugar, com propostas fundamentadas:

[...] na recuperação e na valorização das origens e das verdadeiras representações sociais, humanizando e controlando o sistema de exclusão das cidades contemporâneas [...] e, ao mesmo tempo, reinventando identidades baseadas em produções socioculturais locais. (SOTRATTI, 2015, p. 45).

Partindo dessa premissa, o festival das Heroínas de Tejucupapo carrega consigo mais do que um fato histórico, carrega a

memória coletiva de uma sociedade, história materializada em objetos e ações carregadas de significados; são símbolos que, continuamente, lembram que a realidade dos processos socioculturais atuais está baseada no passado e se articula constantemente com ele, ao redefini-lo e redefinir-se ao mesmo tempo (DIAS, 2006, p.100).

Nessa perspectiva, o que um dia foi palco de uma batalha, hoje vem sendo ressignificado, como espaço de reafirmação das raízes culturais num evento de lazer em que a comunidade está presente desde a direção até a participação nas atrações.

2.3 Turismo de Eventos

O Turismo de Eventos é um segmento que vem crescendo cada vez mais, servindo, muitas vezes, de alavanca para desenvolver o crescimento das regiões receptoras e promover outros segmentos turísticos. Convém ressaltar que os eventos proporcionam a interação de um determinado grupo de pessoas que, quando bem recebidas e com suas expectativas alcançadas, voltam à cidade e/ou a recomendam a outros, gerando fluxo de deslocamento e toda uma mobilização na cadeia produtiva do turismo, a saber: agências de viagens, transportadoras, locadoras de veículos, restaurantes e afins, meios de hospedagens, guias de turismo, fornecedores de serviços, entre outros.

Não se sabe exatamente quando a humanidade começou a realizar eventos, mas, de acordo com Albuquerque (2004), podemos dizer que a partir do momento que as pessoas começaram a se reunir por algum motivo e houve a necessidade de criar normas e padrões nessas ocasiões, nasceram os eventos. Para ilustrar, os homens das cavernas em rituais religiosos e os Jogos Olímpicos na Grécia no ano de 776 a. C. Segundo Rodrigues (2012, p.33), a Organização Mundial de Turismo - OMT, considera que foi a partir de 1970 que houve um significativo crescimento deste segmento em todo mundo, gerando divisas, criando agências especializadas na área que, pouco a pouco, se tornou um dos segmentos mais importantes do turismo.

A definição de Turismo de Eventos, de acordo com o Ministério do Turismo - MTur, está vinculada à definição do turismo de negócios – devido às suas características e demandas em comum – como “o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (BRASIL, 2006, p.46).

Apesar disso, não se pode dizer que a mesma turista que pratica o turismo de eventos também pratica o turismo de negócios. Dessa maneira, pode -se concluir que eles não são sinônimos; sendo assim, este estudo dará enfoque apenas ao Turismo de Eventos, pois é ele que se relaciona diretamente com o tema e se correlaciona com os segmentos anteriormente já citados.

O Turismo de Eventos provoca um equilíbrio na relação oferta e demanda, principalmente quando os eventos são realizados em baixa temporada e conseqüentemente proporciona o aumento na taxa ocupacional dos hotéis, reduzindo a sazonalidade turística. No ano de 2018 o segmento de Negócios, eventos e convenções deteve a parcela de 13,6% das motivações dos turistas internacionais ao visitar o Brasil⁵. Outro ponto em questão é a promoção do aumento na arrecadação de impostos, o gasto per capita por esses turistas estrangeiros é de US\$ 1.121,59⁶, gerando receita que se reverterá em benefícios à comunidade, além da criação de uma identidade turística voltada para a realização de eventos e o enriquecimento cultural da população através do intercâmbio promovido pelas participantes e pela inserção de novas tendências e tecnologias (COUTINHO; COUTINHO, 2007, p. 7).

Assim sendo, este segmento cria circunstâncias favoráveis para o aumento das viagens, do consumo e promove o desenvolvimento; justificando, assim, por parte das entidades governamentais, a captação de eventos nacionais e internacionais, bem como a criação destes (MARUJO, 2015).

Sublinham que os eventos no campo do turismo procuram a realização das seguintes metas: a satisfação de múltiplos papéis como, por exemplo, o desenvolvimento da comunidade, a renovação urbana ou o despertar para a cultura; a realização de um espírito de festa, gerado através do intercâmbio de valores e do desenvolvimento de uma sensação de pertença; a promoção da singularidade através da criação de experiências únicas e ambientes favoráveis; serem autênticos nos seus valores e processos histórico-culturais; promoverem a tradição através da celebração da história ou de modos de vida quotidiana; promoverem a hospitalidade através da troca de valores e experiências; evidenciarem o simbolismo procurando a dignificação dos rituais culturais com o seu significado especial; promoverem a criação de estruturas e actividades que propiciam actividades de lazer espontâneas; promoverem a criação de temas originários da tradição ou dos valores culturais. (MARUJO, 2015, p.5)

E se tratando de tradições e valores culturais, no Brasil, são os festivais e festas populares que mais se destacam por essas características, impulsionando o entretenimento, o desenvolvimento local e a manutenção dos elementos culturais, transformando-os cada vez

⁵ MINISTÉRIO DO TURISMO. Portal Dados e Fatos. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>. Acesso em: 22 jul. 2019.

⁶ Portal Dados e Fatos do Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/>. Acesso em: 22 jul.2019.

mais em símbolos de memória e identidade. No norte do país, o Círio de Nazaré em Belém (Pará) é a maior festa religiosa do mundo e conta com a participação de mais de 2 milhões de pessoas durante todo o mês de outubro, segundo a Secretaria de Turismo do Pará (2019). No que diz respeito à questão econômica, em 2019, estimou-se uma movimentação de 32 milhões de dólares no Estado⁷.

Já na região do Nordeste, Pernambuco é um dos estados que se sobressai por sua pluralidade cultural. A região se destaca com a folia de Momo, as festas juninas, a Semana Santa, os festivais de inverno (destaque para a cidade de Garanhuns), gastronômicos, de música (MIMO), dentre outros que juntos preenchem o calendário turístico o ano inteiro e movimentam milhões. A título de exemplo, durante o Carnaval de 2020, a cidade de Olinda recebeu mais de 3,6 milhões de foliões, movimentando R\$ 259,5 milhões no município⁸.

Mas, não menos importantes, é preciso destacar os festivais comunitários que contribuem para maiores interações sociais, mudanças no estilo de vida e o fortalecimento da identidade local, podendo ter um impacto positivo ou negativo, a depender do nível de participação da comunidade no evento (MACIEL, 2011). Os festivais comunitários, muitas vezes, são uma das poucas formas de lazer para determinada comunidade e ainda têm o mérito de criar uma atmosfera familiar entre os envolvidos, uma das razões que torna esses eventos cada vez mais especiais. E o Festival das Heroínas de Tejucupapo congrega essas características.

Evento organizado pela própria comunidade residente no distrito de Goiana - PE, o Festival celebra a vitória das mulheres que lutaram para defender seu território da invasão holandesa, em 1646. Para manter a memória desse feito histórico, a luta/o evento tem a liderança de uma guerreira, Dona Luzia, que se reúne principalmente com outras mulheres do distrito, a fim de reviver um passado glorioso e de se inspirar para lutar contra as desigualdades sociais a elas impostas, reafirmando sua identidade diante de toda comunidade.

Convém ressaltar que, apesar de o festival ocorrer há 25 anos, ainda é preciso melhorar sua estrutura para que possa crescer com plenitude e ser auto sustentável; entretanto, antes de apresentar uma proposta que vá ao encontro dessas questões, é preciso falar do protagonismo feminino e do apagamento histórico dessas (as de Tejucupapo) e de outras guerreiras que

⁷ REDAÇÃO JB. Círio de Nazaré movimentará 32 Milhões de dólares e tem previsão de número recorde de turistas do exterior. **Jornal do Brasil**, [S.L.], 09 out. 2019. Disponível em: <https://www.jb.com.br/pais/2019/10/1018097-cirio-de-nazare-movimentara-32-milhoes-de-dolares-e-tem-previsao-de-numero-recorde-de-turistas-do-exterior.html>. Acesso em: 11 out 2020.

⁸ BARBOSA, Isabelle. Carnaval de Olinda recebeu 3,6 milhões de foliões e movimentou R\$ 295 milhões. **Folha de Pernambuco**, Olinda, 27 fev. 2020. Disponível em: <https://..folhape.com.br/noticias/carnaval-de-olinda-recebeu-36-milhoes-de-folhoes-e-movimentou-r-295-mi/131852/>. Acesso em: 11 set 2020.

lutaram (e lutam) pela preservação da memória, da identidade de um povo, de um patrimônio cultural.

3 DO CENTRO DA NARRATIVA À NOTA DE RODAPÉ: O PROTAGONISMO FEMININO E SEU APAGAMENTO HISTÓRICO

3.1 O protagonismo feminino nas narrativas mitológicas e históricas

Antes de começar a discutir o papel da mulher como heroína, é necessário expor uma breve trajetória da representação feminina em narrativas mitológicas e históricas, principalmente porque, segundo Rabenhorst (2013, p.88), “Não se nasce herói, torna-se herói”. Essa definição segue por dois vieses: no primeiro, o herói moral, em que o sujeito se torna herói através de algum ato admirável, demonstra sua bravura perante a sociedade; no segundo, o herói estético representa o personagem de alguma obra fictícia, que se destaca pelo mesmo motivo do primeiro; mas, diferentemente daquele, pode contar com dons sobrenaturais. Essa definição, apesar de abranger os gêneros, nos textos históricos e na ficção literária, aplicam-se, em sua maioria, ao indivíduo do sexo masculino.

É preciso dizer que isso não surpreende: em Atenas, cidade da Grécia Antiga da qual herdamos (e aprimoramos) a democracia, o exercício da cidadania feminina era limitado. A princípio, nem cidadãs as mulheres eram consideradas, pois esse título pertencia apenas ao sexo masculino, aos homens detentores de terra e nascidos em Atenas. Os deveres das mulheres se firmavam unicamente em assuntos relacionados ao lar⁹. A imagem da mulher que fugia da construção cultural atribuída ao sexo feminino como “natural” – da mulher delicada, que vive em função da família, que não confronta, é emotiva, não levanta o tom de voz, muito menos expressa sua opinião, que não luta nem se envolve na esfera política – era tida como masculinizada uma vez que possuía características atribuídas ao “natural” dos homens, como agressividade, força, ambição, heroísmo e racionalidade.

Diferentemente das atenienses, as gregas de Esparta, cidade agrícola e militarista da península do Peloponeso, possuíam maior liberdade. Tinha o dever de dar à luz a filhos fortes, vigorosos, praticar ginástica e recebiam noções militares. Além disso, as espartanas ligadas à aristocracia possuíam direito à herança e influenciavam fortemente seus maridos nas decisões da *polis* – modelo das antigas cidades gregas¹⁰.

Também seguindo na direção contrária daquele padrão imposto às mulheres, é possível encontrar exemplos, tanto na ficção (mitologia) quanto na história, da participação feminina em

⁹ O MUNDO GREGO: Grécia Antiga, Clássica e Helenística - História - Ens. Médio - Telecurso.[s.l.:s.n.], 2013. 1 vídeo (15:30 min). Publicado pelo canal Novo Telecurso. Disponível em: <https://youtu.be/Mk8x2SCofMs>. Acesso em: 23 ago. 2019.

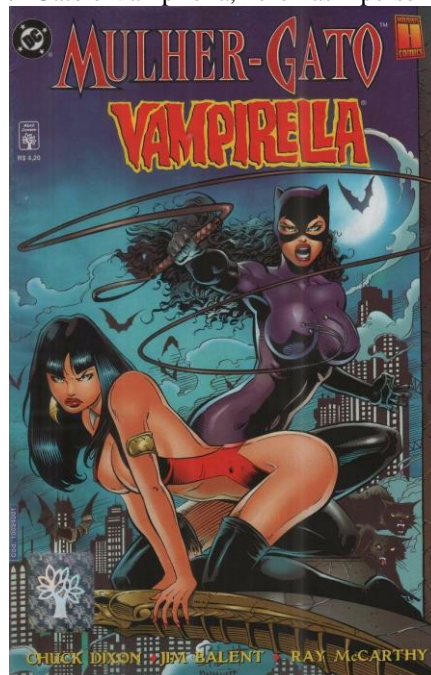
¹⁰ Idem.

conflitos armados. Nesse sentido, as amazonas gregas e as amazonas da história brasileira eram descritas como mulheres fortes, musculosas, que mutilavam seus corpos para facilitar os combates e o manuseio de armas, mantendo contato com homens apenas uma vez ao ano com o intuito de reprodução. E, se nascessem meninas, teriam o destino de suas mães (TARDIN; AZEVEDO BARRETO, 2017, p.87).

Carreiras (1997, p.13) afirma que as Amazonas foram retratadas por alguns escritores, como caricaturas de mulheres não naturais e masculinizadas, corroborando a ideia de que ao entrar na guerra a mulher deixaria de ser feminina. Seguindo essa mesma linha de pensamento, há a história da deusa grega Atena que, mesmo com o atributo de deusa da “arte da guerra”, não participa diretamente da luta armada, mas sim na diplomacia da guerra, articulando, inclusive, maneiras de vencer a batalha. O mérito das lutas, da parte violenta e feroz comumente atribuído aos soldados, é dada ao seu irmão Ares, o deus da guerra; dessa forma, Atena não perderia a sua feminilidade ao se envolver nos conflitos (TARDIN; AZEVEDO BARRETO, 2017, p.86).

A imagem da heroína em combate, não vista como masculina, costuma ser erotizada, principalmente quando se trata do “herói estético” (RABENHORST, 2010, p.87). Personagens como a Mulher Maravilha, Lara Croft e tantas outras heroínas das histórias em quadrinhos, ou de jogos, desenhos e mangás, todas aparecem hipersexualizadas.

Figura 1 – Mulher Gato e Vampirella, heroínas hipersexualizadas



O discurso dos padrões femininos é reforçado nos contos infantis, reproduzindo o comportamento da princesa passiva, submissa e impotente que, mesmo sendo personagem principal da história, fica à espera de um príncipe-herói que moverá céus e terras para salvá-la

(BILOTTA, 2010, p.151). Nesse sentido, a postura das princesas reflete-se na “vida real” a partir da construção de mulheres-vítimas, resultando em esposas submissas e “realizadas” (através da felicidade de seus filhos e maridos). Hoje, como reflexo das mudanças dos comportamentos sociais, a indústria do entretenimento tem criado princesas autossuficientes, aquelas que são heroínas das suas próprias histórias driblando a sociedade patriarcal e o destino que lhes é imposto desde o seu nascimento. A título de exemplo, a princesa Merida, do filme *Valente*¹¹, é destemida, ama cavalgar, pratica tiro ao alvo e, quando seus pais tentam obrigá-la a casar – casamento arranjado, comum à época em que a história se passa – ela decide lutar pela sua mão (sua liberdade). Com o pensamento à frente do seu tempo, a jovem tenta mudar a forma de pensar dos seus pais.

Retornando à “vida real”, a partir da Primeira Guerra Mundial, devido à necessidade de suprir a ausência masculina nos postos de trabalho e minimizar os impactos de um conflito desta proporção, foi necessária a inclusão de mulheres em postos de trabalho e funções, até então, exercidas unicamente por homens. Distante do papel social já predestinado a elas (ser filha, esposa, mãe), assim como os homens, as mulheres também tinham capacidade e motivos para empunhar uma arma diante do inimigo que colocava em risco seu país, seus filhos, suas famílias. E, embora a guerra deva figurar como algo repulsivo para qualquer país, é preciso reconhecer que, devido ao conflito bélico, foi possível questionar os estereótipos e papéis que poderiam ser exercidos pelo segundo sexo¹².

Durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), na Europa, as mulheres reivindicavam maior espaço na política e no mercado de trabalho; porém, a luta foi interrompida pela necessidade de mobilizá-las para a guerra. Na Grã-Bretanha, ocuparam postos em fábricas, produzindo armamentos e munições, embalagens, ferramentas; atuaram em serviços auxiliares como bombeiras, guardas de trânsito, paramédicas, motoristas, ganhando bem menos que os homens, para desenvolver a mesma tarefa. Durante esse período, recordes de produção foram batidos, e a eficiência feminina foi comprovada (MELLO, 2017).

Com o início da Segunda Guerra Mundial (1939-1945), a participação feminina que já havia sido exitosa na Primeira Guerra, foi repetida e intensificada; em 1940, as mulheres ocupavam a maior parte dos postos de trabalho nas fábricas. Na maioria dos países aliados – Estados Unidos da América, Inglaterra e União Russa Socialista Soviética (URSS) –, elas

¹¹ Filme que faz parte da linha “Disney Princess” que designa as protagonistas dos contos de fadas Disney.

¹² Expressão e título de um dos mais famosos livros celebrados e importantes para o movimento feminista da filósofa francesa Simone de Beauvoir, publicado originalmente em 1949.

ocupavam grande parte das frentes de trabalho, da indústria aos exércitos, porém ainda não lhes era permitido estar no *front* de batalha e serem combatentes.

Entretanto, na URSS, foi constatado que houve mulheres combatentes desde o século XIX, como por exemplo, a franco-atiradora Lyudmila Pavlichenko, que foi condecorada com a honra máxima, a medalha de Herói Soviético. Responsável pela baixa de 309 inimigos fascistas, Pavlichenko ganhou destaque como a mais letal *sniper* do exército vermelho¹³. Destaca-se, também, o 46º Regimento de Bombardeio da Guarda Taman, popularmente conhecido pelos seus inimigos como Bruxas da Noite, pois ao saber que se tratava de aviões pilotados por mulheres, eles as batizaram de “Nachthexen” (HISTORY BRASIL, 2019). O batalhão, exclusivamente composto por mulheres, participou de grandes batalhas como a resistência da invasão alemã em Stalingrado e foram decisivas nas batalhas de Cáucaso, nas libertações da Criméia, Taman, da Bielorrússia, Polônia e na batalha final contra os nazistas.

Fundado por Marina Raskova, este batalhão teve o mesmo treinamento e formação que se dava aos homens e, em meses, a esquadrilha lançava 3.000 toneladas de bombas, gerando pânico nos alemães. No que diz respeito à participação de brasileiras neste conflito, foram enviadas 73 enfermeiras para fazer parte da Força Expedicionária Brasileira (FEB), na Itália.

Apesar dos grandes destaques e do êxito da presença feminina em diversas áreas de atuação durante o período de guerra e pós-guerra, a força das mulheres ainda é vista como um exército reserva cuja participação logo será esquecida, restando-lhes o retorno aos afazeres domésticos impostos e a espera de que seus esforços sejam requeridos, novamente, em um novo confronto.

Vale ressaltar que as guerrilheiras sofreram rejeição e preconceito tanto da família quanto da sociedade à sua volta, por fugir do estereótipo de feminilidade estabelecido. Devido a isso, muitas preferiam não voltar para casa por medo de represálias, pois, não somente em países de baixo desenvolvimento econômico como também em países europeus, acreditava-se que essas mulheres não estavam servindo ao exército, e sim se prostituindo com os combatentes (JONAS, 2007, p. 123). Nota-se, dessa forma, uma contradição, pois, enquanto os homens eram consagrados trazendo honra para sua família, as mulheres, mais uma vez, eram marginalizadas.

No Brasil, as mulheres também tiveram papel importante em lutas revolucionárias. Durante o processo da Abolição da Escravatura (século XIX), no Maranhão, Adelina, a

¹³ Fragmento retirado do filme Batalha de Sevastopol. Direção: Sergei Mokritskiy. Rússia, Ucrânia, 2015, 1 DVD.

charuteira, como ficou conhecida historicamente, era escrava ganhadeira¹⁴ em São Luís. Filha bastarda, sabia ler e escrever e tinha a função de vender charutos que seu pai, após a falência, passou a fabricar para os intelectuais, transeuntes e estudantes.

Aos dezesseis anos, Adelina costumava ficar no Largo do Carmo, para comercializar a mercadoria, passando a participar dos comícios e passeatas do Clube dos Mortos em prol da Abolição. Este fato fez com que ela passasse a apoiar o Movimento; mais tarde, auxiliou os abolicionistas com o seu trabalho e tornou-se informante da causa. Por ter acesso às casas de pessoas influentes e por conhecer a cidade, Adelina informava ao Clube os planos de perseguição aos escravos fugidos e ajudava a planejar rotas de fuga, tendo um papel significativo na luta abolicionista (BERNARDO, 2005, p. 6).

Durante a Independência da Bahia na cidade de Itapeçerica, em 1822, outra mulher que teve grande importância em movimentos históricos foi Maria Felipa. Antes escravizada, pobre, capoeirista e marisqueira, Maria Felipa lutou contra os lusitanos na Bahia que se opuseram à independência proclamada por Dom Pedro I. A capoeirista organizou um grupo de homens e mulheres, fortificou as praias com a construção de trincheiras, enviou mantimentos para as que vigiavam as praias contra a invasão dos inimigos, além de participar ativamente dos conflitos, sendo reconhecida como símbolo de resistência pela população até os dias atuais (FARIAS, 2010).

Em Pernambuco, houve, de fato, o primeiro registro da participação feminina em um conflito armado. O estado destacou-se como pioneiro nas lutas nativistas no Brasil. A batalha que ocorreu em Tejucupapo, distrito da cidade de Goiana, apesar de seu peso histórico, também sofre com o esquecimento graças à escassez de informação e documentação sobre o fato; além disso, são poucos os registros, e os que existem apresentam algumas discordâncias.

Com base nos autores – Frei Manoel Calado, Barão de Rio Branco, Octávio Pinto, Mário Mello e Henrique Capitolineo Pereira de Mello – que documentaram a Batalha de Tejucupapo (BEZERRA, 2004), é possível encontrar uma narração mais precisa do que realmente houve naquele dia, a data exata do acontecimento ainda é desconhecida, mas se especula que tenha ocorrido entre o final de abril e início de maio de 1646. Após o período da Insurreição Pernambucana, 1645, o cerco para os holandeses estava se fechando, perdendo bastante território, era no Recife e em Itamaracá que se concentravam a maior parte deles.

¹⁴ Relação escravista em que os negros escravizados eram colocados por seus proprietários para vender iguarias, sendo obrigados a dar uma quantia previamente estabelecida do que ganhavam a seus donos, a depender de um contrato informal entre as partes (SOARES, 1996).

A Ilha de Itamaracá se encontrava esgotada, e a fome no Recife era tanta que, segundo Mário Mello, a população de ratos quase desapareceu. Enquanto isso, Tejucupapo era produtor de mandiocas, hortaliças, verduras e frutas. Movidos pela fome, dois ataques ao vilarejo foram organizados, obtendo sucesso em ambos. Na terceira investida, os holandeses partiram de Itamaracá com 27 embarcações, simularam que iriam aportar na praia de Maria Farinha, ludibriando as tropas luso-brasileiras que armaram uma emboscada. Porém, à noite, as âncoras foram levantadas rumo a Tejucupapo, e ao cair da manhã foram vistos pelas sentinelas do povoado. Desta vez, diferente das duas outras invasões, planejavam se estabelecer no vilarejo e acabar com o problema do abastecimento.

Por causa dos ataques precedentes, pouco mais de 100 pessoas se preparavam para a defesa. Foi construído um cercado de pau-a-pique, para tentar resistir. Como descreve Bezerra (2004, p. 41), foi o militar Agostinho Nunes quem organizou a defesa da comunidade. Despachou mensageiros e conduziu a população para o interior do reduto. Trinta rapazes, sob o comando de Matheus Fernandes, foram destacados para, embrenhados na mata, combater e retardar ao máximo a chegada dos invasores ao reduto enquanto os reforços não chegavam. Sem poder avançar contra os homens de Fernandes, os holandeses se organizaram e investiram contra o reduto. Com armas e machados, abriram buracos no tapume e, no seu interior, cerca de setenta homens resistiram com poucas armas de fogo e chuços, lanças e outros tipos de armas.

As mulheres rezavam e socorriam os feridos com água e auxiliavam os combatentes com pólvora e munição. Uma delas erguia em uma das mãos um crucifixo e na outra, uma espada incitando as demais mulheres a entrarem na luta. Quando os holandeses invadiram o reduto, elas já estavam armadas com lanças, dardos e prontas para resistir, lutando ao lado dos homens. Há ainda uma versão do fato de que também teriam sido utilizados água com pimenta, como relata Octávio Pinto (apud Bezerra, 2004, p.35):

Inês Mariz disse que as mulheres de Tejucupapo, enquanto se travava o combate, esmagavam em alguidares pimenta malaguêta com água e jogavam nos olhos dos holandeses, quando êstes punham a cabeça na brecha do tapume. Essa escritora declarou ainda que sua avó lhe contara ter visto certa vez uma gravura antiga onde os holandeses apareciam tampando o rosto com as mãos, ao redor de um curral de pau-a-pique.

A resistência foi tanta que os invasores pensaram ter chegado o reforço de Igarassu e bateram em retirada, deixando um rastro de mortes, feridos, mas também armas e equipamentos que seriam usados para extração da mandioca. Quando o socorro chegou as tropas holandesas já não estavam mais em terra. Mais de duzentos anos depois, no dia 7 de dezembro de 1859, Dom Pedro II visitou o lugar da Batalha em reconhecimento ao feito histórico das heroínas,

ficando ambas (conquista e visita) registradas nas “Memórias da viagem de SS. MM. II”, em 1859:

Às 5 horas da manhã, apesar da copiosa chuva que caía, o Imperador, que nunca alterou o plano das suas viagens, partiu para Tejucupapo, como havia resolvido. A povoação é pequena; mas S. M., que se impoz como dever religioso uma homenagem às glórias do nosso passado, foi ali expressamente para ver o lugar chamado Trincheiras, onde as heroínas Tejucupapenses, essas amazonas que se immortalizaram na história, roubaram aos homens a glória de defenderem a pátria contra o domínio estrangeiro (BEZERRA, 2004, p.42).

Posteriormente, esse episódio memorável da história pernambucana ganhou uma adaptação para o teatro, e todos os anos Dona Maria Luzia da Silva encena o feito de suas antepassadas. Baseando-se na tradição oral e em alguns textos, a peça traz as personagens de Maria Clara, Maria Camarão, Maria Quitéria e Maria Joaquina, porém, nos documentos históricos não são citados os nomes das Heroínas. Atualmente a encenação compõe o maior atrativo do Festival das Heroínas de Tejucupapo.

Infelizmente, mesmo desempenhando um papel de destaque na formação histórica nacional, pouco se sabe sobre a história dessas mulheres, as informações disponíveis sobre elas são superficiais, a ponto de não haver nem mesmo seus nomes completos, parentescos e, quando encontrados, é comum informações desencontradas.

3.2 O apagamento da participação feminina em conflitos armados

Na história brasileira ainda há uma vacância a respeito da participação feminina em eventos que marcaram a história, como por exemplo, nos movimentos operários e na Abolição da escravatura. Historiadores descrevem apenas o ser masculino, branco ou negro, como grande agente dos fatos, raramente, ou até mesmo nunca, há uma mulher. Isso se dá porque as mulheres são “vítimas das injunções do sistema, dando (recebendo) pouco destaque à sua dimensão de sujeito histórico, consciente e atuante” (RAGO, 1995, p. 82). É quase como se não existissem, ou melhor, estão colocadas à sombra do homem, conseqüentemente, transformando sua participação pouco merecedora de destaque.

Segundo Rago (1995, p.82), o surgimento de autores, principalmente autoras, que discutem a participação feminina nas lutas libertárias, bem como a própria história do Ser Mulher na sociedade se deu a partir da década de 70, do século passado, quando houve o interesse de suprir essa lacuna no campo da Sociologia, Antropologia e da História. Entretanto, esse déficit ainda hoje se reflete nos livros didáticos de História utilizados em salas de aula. Um

exemplo disso é a coleção “História, Sociedade e Cidadania”, de Alfredo Boulos Júnior¹⁵, na qual, de um total de 859 personagens citados, apenas 70 são mulheres que nem sempre aparecem como protagonistas do texto central. Elas estão em notas de rodapé, em caixas de texto laterais, ou associadas a algum grau de parentesco com um homem, representando 75% delas (SANCHEZ, 2017, n.p). Ao dividir esse percentual entre as etnias, nota-se que dentre as mulheres mencionadas, 72,3% são brancas, 21,3% são negras, 4,3% são asiáticas e apenas 2,1% indígenas. Esses dados são frutos de uma sociedade que centraliza a figura masculina como único detentor do saber, invisibilizando os feitos femininos (SANCHEZ, 2017, n.p).

Em vista disso, deu-se importância à representatividade feminina uma vez que a imagem da mulher será perpetuada ao longo das gerações, influenciando futuras mulheres a serem sujeitos da sua própria história. Fundamentada nesta ideia, Rago (1995, p.83), em seu artigo “As Mulheres na Historiografia Brasileira”, cita diversas narrativas que remetem a um fato comum: resgatar a figura feminina como protagonistas do seu destino, destacando as pobres e marginalizadas, que foram e são “capazes de questionar, na prática, as inúmeras mitologias misóginas elaboradas pelos homens de ciências para justificar sua inferioridade intelectual, mental e física em relação aos homens e sua exclusão da esfera dos negócios e da política”.

Nessa perspectiva, o estereótipo de mulheres frágeis e passivas dá lugar a novas mulheres: sujeitos sociais capazes de fazer história, atuante nas manifestações “elaboradoras de iniciativas, de forma de percepção e de experiências que merecem ocupar lugar na memória social, tanto quanto as (representações) masculinas” (RAGO, 1995, p.85). Dentre os tantos exemplos de mulheres que merecem lugar na memória histórica do Brasil, alguns já citados neste trabalho, destaca-se o caso das Heroínas de Tejucupapo que ainda continuam fazendo história através da representação teatral do feito daquelas mulheres. Lideradas por Dona Luzia, juntamente com uma parcela da população do distrito de Goiana, as heroínas buscam, através da arte, lembrar/reavivar os feitos de suas antepassadas, em detrimento do esquecimento do poder público.

3.3 Passado perpetuado no presente: realidade das guerreiras de Tejucupapo do século XXI

“Toda mulher de Tejucupapo é guerreira” (BEZERRA, 2004, p. 48)

Com o desejo e o sonho de manter viva esta história passada de geração a geração, dona Luzia Maria da Silva, assistente de enfermagem e moradora local, apresenta-se como uma das

¹⁵ Coleção “História, Sociedade e Cidadania” é referente aos anos anteriores à pesquisa de Sanchez (2017). Não foi encontrada uma nova análise nas coleções posteriores.

guerreiras atuais, que teve um começo de vida tão difícil quanto os das suas predecessoras. Começou a trabalhar aos quatro anos de idade e, aos 15, fugiu da casa onde vivia, pois estava cansada de sofrer maus tratos. Buscando encontrar a sua família biológica, passou a viver com sua avó e um tio. Quando tinha 18 anos, casou-se. Não foi uma união feliz, mas lhe deu oito filhos. Ao ficar viúva, D. Luzia passou a lavar roupas para fora, realizar pequenos trabalhos informais e, mais tarde, passou a trabalhar como auxiliar de enfermagem.

A história das heroínas surge na vida de Luzia quando ela se encontrava em um momento difícil, tratando de um nódulo no seio. Preocupada com o futuro de seus filhos, foi confortada por uma enfermeira que lhe contou sobre a história de sua terra. Após a saída do hospital, foi atrás de mais informações sobre o acontecido, mas só obteve relatos orais de sua avó e de alguns moradores mais velhos. Sua amiga Miriam, diretora da escola local, emprestou-lhe o livro “O Novo Nordeste¹⁶”, a partir do qual obteve informações a respeito do feito das heroínas, o que lhe deu uma direção para o futuro desenvolvimento de uma peça teatral.

Indo na contramão do “destino da maré¹⁷”, quase que imposto às mulheres do distrito, Luzia tornou-se uma difusora da história e guardiã do feito das guerreiras de Tejucupapo. Fora dos palcos, as sucessoras desse legado travam batalhas diárias para vencer a pobreza, a falta de educação e os abusos físicos, sexuais e psicológicos, cometidos muitas vezes por companheiros ou entes próximos. De acordo com Izumino (apud LYRA, 2011, p. 206),

apesar de todo distrito girar em torno da imagem da heroína, o lugar de mulher vítima cuja definição primeira é dada pela passividade e pela submissão, modelos de comportamento que têm sua permanência explicada pela presença de elementos estruturais (como a educação ou a tradição judaico-cristã que coloca a mulher como submissa ao homem) ou de elementos conjunturais (fatores econômicos, falta de oportunidades de estudo e trabalho, etc.), ainda se afirma, suscitando a violência cotidiana.

Devido à falta de políticas públicas, nota-se que o lugarejo parou no tempo. Os meios de renda ainda são quase que os mesmos do início do século passado, porém não mais tão rentáveis quanto antes, devido a fatores como a poluição dos mangues e rios gerada pelos efluentes industriais e domésticos. Outro fator que também vem contribuindo para a destruição dos manguezais é o desenvolvimento de carcinicultura, técnica de criação de camarões em viveiros, que destroem áreas do meio para a sua implantação, retém os fluxos de água e ainda podem trazer um desequilíbrio ecológico já que novas espécies de camarões são introduzidas; afetando,

¹⁶ Não foi encontrado o autor.

¹⁷ A expressão destino da Maré é utilizada para se referir ao principal meio de sobrevivência dos tejucupapenses, a coleta de mariscos e ostras (LYRA, 2011).

assim, a atividade pesqueira, em que, majoritariamente, mulheres se encarregam de catar e comercializar os mariscos.

A adversidade com que essas heroínas se deparam não impediu que, através da experiência com o teatro nas encenações da igreja, Luzia decidisse reunir a comunidade para retratar esse acontecimento. E, mesmo com as dificuldades para realização deste projeto, devido à falta de apoio do governo local, da dificuldade de conseguir a participação masculina para encenar o espetáculo, entre outros, a peça teve sua primeira apresentação no dia 10 de outubro de 1993. Resistindo às dificuldades, a peça continuou acontecendo nos anos seguintes, sempre no mês de abril; porém, nos anos de 1995-1996 e 2015-2016, ela não foi realizada pela falta de apoio e incentivo.

Figura 2 – Cena teatral da batalha



Fonte: Goiana dos Caboclinhos (2015)¹⁸

Analisando a importância política do evento, Lyra (2011, p. 204) afirma que

As respostas vinham na linha do inequívoco... O teatro das heroínas era um espaço de resistência, de escapamento das pulsões simbólicas, assim como da inversão de papéis, da suspensão. No teatro, as mulheres de Tejucupapo não morriam, matavam, lutavam e eram vitoriosas, reencantavam suas profissões, as mesmas que cotidianamente realizavam-se sob o binômio baixa remuneração e condições subumanas de trabalho. Em cena extravasavam força e repressão, eram verdadeiras heroínas.

Atualmente, o Festival das Heroínas de Tejucupapo conta em suas atrações com o concurso Garoto e Garota Heroína de Tejucupapo e o passeio ciclístico com premiações. No domingo, 28 de abril de 2019, o evento completou sua 24ª edição, contando com apoio de

¹⁸ GOIANA DOS CABOCLINHOS. **Heroínas de Tejucupapo**. Disponível em: <http://goianadoscaboclinhos.com.br/portfolio/as-heroínas-de-tejucupapo/>. Acesso em: 20 nov. 2018.

diversas empresas e a presença de pessoas do meio político, apresentação de banda marcial e uma programação repleta de shows de artistas regionais.

Dona Luzia, juntamente com as outras mulheres que se doam para a realização do evento, tornaram-se guardiãs do legado da História e, através do evento, vêm difundindo a história de suas ancestrais. Entendemos que o teatro das heroínas é, sem dúvida, um espaço de resistência; nesse sentido, faz-se necessário “caminhar” pela terra dessas guerreiras a fim de elaborar uma proposta de estruturação turística que atenda às especificidades de Tejucupapo.

4 COM OS PÉS NA TERRA DAS DA GUERREIRAS: CAMINHANDO PELA ESTRUTURAÇÃO DO EVENTO

4.1 Cenário econômico da cidade de Goiana e seu potencial turístico como polo cultural

Devido à sua localização estratégica – aproximadamente a 62 km do Recife e 50 km da capital paraibana –, a cidade de Goiana¹⁹ destaca-se no cenário estadual por ser polo de grandes empresas automobilística (FIAT Chrysler), farmacológica (Hemobrás) e de produção de vidros (Vivix Vidros Planos), fazendo com que o município tenha um Produto Interno Bruto (PIB) estimado em R\$ 2,223 bilhões (IBGE, 2014).

Porém, isso não significa que a população tenha acompanhado o desenvolvimento do polo. Antes de ser nicho de novas empresas, a cidade subsistia através das Usinas de Cana-de-açúcar –Santa Tereza e Maravilha; atualmente, somente a Santa Tereza continua operando – e da pesca, para quem habitava as zonas mais próximas ao litoral. Em 2012, época da chegada da Fiat-Jeep e de outras indústrias, percebeu-se que as habitantes não estavam capacitadas para ocupar os novos empregos que seriam gerados.

Com o intuito de remediar essa situação, a Fiat-Jeep implantou, em 2017, o Qualiescola na região, projeto do Instituto Qualidade no Ensino que atua em parceria de empresários e organizações públicas e privadas, cujo objetivo visa à melhoria da qualidade do ensino e da aprendizagem das estudantes de escolas públicas do ensino fundamental (FCA PRESS, 2018). Dividido em duas ações, o Qualiescola I atende as alunas nos anos iniciais do ensino, em que são trabalhados os conteúdos de Língua Portuguesa e Matemática; o Qualiescola II, por sua vez, além dessas disciplinas, trabalha com as matérias de Geografia, História e Ciências, para os alunos do 6º ao 9º ano²⁰.

O projeto, previsto para durar 3 anos, é orçado em cerca de 2 milhões. A Fiat-Jeep arca com esse valor, e, em contrapartida, a prefeitura se responsabiliza pela qualificação das professoras, segundo a Associação das Empresas do polo Pernambuco - Paraíba - AEP (2017). Vale destacar que essa ação já vinha sendo desenvolvida pela empresa em outras cidades da Região Metropolitana do Recife: em 2015, na cidade de Igarassu; e em 2016, na cidade de Paulista.

Até 2018, o investimento previa R\$ 5,4 milhões envolvendo recursos próprios e do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES (FCA PRESS, 2018). Vale

¹⁹ Incluída na Região Metropolitana do Recife (RMR), em 2018, foi reintegrada à Zona da Mata Norte, em 2020, pois a cidade havia perdido benefícios fiscais (IBGE, 2020).

²⁰ Para saber mais sobre o projeto acesse: <http://www.iqe.org.br/instituto/instituto.php> .

destacar que foram feitas parcerias, antes mesmo da inauguração da fábrica, no final de 2014, com a Secretaria de Educação e Esportes de Pernambuco e instituições como o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), o Instituto Federal de Pernambuco (IFPE), a Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), a Universidade Federal da Paraíba (UFPB), a Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), a Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), a Universidade de Pernambuco (UPE) e com o Instituto Euvaldo Lodi (IEL-PE) (PERNAMBUCO, 2014), com a finalidade de preparar a população como mão-de-obra qualificada e diretamente envolvida no desenvolvimento da região. Atualmente, a Fiat-Jeep tem em seu quadro de funcionárias 95% de nordestinas, sendo 85% pernambucanas, auxiliando na economia do Estado (MARINHO, 2018).

No âmbito da educação, a cidade dispõe de escolas estaduais, uma Escola Técnica Estadual, com os cursos de Administração e Redes de Computadores e Eletrotécnica nos módulos de ensino médio-técnico e subsequente e, em breve, contará com um *campus* da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), que vai oferecer os cursos de Bacharelado em Ciência e Tecnologia, Licenciatura em Ciências Naturais e Exatas e, posteriormente, Bacharelados em Engenharia Urbana e Ambiental, Engenharia da Computação, Engenharia Elétrica e Eletrônica e Ciências Farmacêuticas, com o início das operações previsto para março de 2019 (GOIANA, 2018).

Entretanto esse prazo não foi cumprido e por meio de nota de esclarecimento, no dia 2 de setembro de 2019, no site oficial da prefeitura de Goiana, foi informado que as obras não foram iniciadas, pois a parte que competia a prefeitura foi feita (desapropriação do terreno), cabendo ao Governo Federal por meio da UFPE começar as obras. É importante ressaltar que o sucateamento da educação pública brasileira, intensificado com o Golpe de 2016, gerou contingenciamentos, congelamentos e cortes orçamentários para Universidades e Institutos Federais. Nesse sentido, em 2021, segundo a Associação dos Docentes de Brasília - ADUnB, o orçamento que iria para o Ministério da Educação (MEC), além de reduzido em 5 bilhões, sofreu também um veto de 2,2 bilhões, atingindo diretamente as despesas discriminatórias, que envolvem segurança, bolsas acadêmicas, despesas como água, luz, investimentos em equipamentos e obras, o que, certamente, afetou a construção do Campus Goiana.

É importante ressaltar, ainda, que a implantação de um campus na zona da mata norte reflete a preocupação com a inclusão dos moradores da cidade, uma tentativa de evitar o êxodo que ainda existe entre as jovens goianenses que, após concluir o ensino médio, mudam-se para as capitais mais próximas, a saber, Recife e João Pessoa, em busca de oportunidade de mudança de vida.

A importância de Goiana está para além das questões orçamentárias e, conseqüentemente, do êxodo das suas jovens. Tendo como seus primeiros habitantes os povos originários Caetés, Potiguares e Tabajaras, a cidade foi colonizada/ invadida pelos portugueses em 1534. Foi elevada à categoria de freguesia em 1568; de vila, em 1711; de cidade e sede da capitania de Itamaracá, em 1840 (GASPAR, 2011). Goiana teve participação importante nos movimentos libertários da província de Pernambuco, com destaque para o seu pioneirismo, pois foi a primeira cidade brasileira a considerar livres todos os negros que foram escravizados pelo decreto da Câmara de 25 de março de 1888, antecipando-se à Lei Áurea.

Goiana destaca-se também no âmbito cultural, sendo a primeira cidade de Pernambuco a possuir uma biblioteca pública e a primeira do Brasil a ter uma banda de música, Curica, em 1848; e foi em uma de suas aldeias, a de Itapecerica, que se realizou a primeira assembleia em que os indígenas pleitearam um governo representativo e, em 1901 fundou-se a primeira empresa de transportes do Brasil, Companhia de Transportes de Goiana, com seu primeiro ônibus partindo dela até o Recife (GASPAR, 2011).

A cidade dispõe de um amplo patrimônio arquitetônico – como o prédio da prefeitura, o casario da vila operária da antiga fábrica de Fiação de Tecidos de Goiana e vários casarões que ajudam a contar a história da cidade – e religioso, contando com dezoito igrejas – sendo oito delas tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico Nacional (IPHAN) – dois conventos e quatro capelas. Também dispõe de centenárias bandas musicais como Curica e Saboeira, e artistas ilustres, como Zé do Carmo. Conhecido internacionalmente pelas suas esculturas feitas de barro massapê como o anjo cangaceiro, Nossa Senhora Artesã, São Pedro Pescador, entre outros, o ceramista e artesão, José do Carmo de Souza, herdou o talento de sua mãe, que o ensinou. Em vida, foi reconhecido com o título de Patrimônio Vivo de Pernambuco no ano de 2005 (AMORIM, 2014).

Figura 3 – Paço Municipal Heroínas de Tejucupapo



Fonte: LIMA; CARNEIRO (2018)²¹

Figura 4 – Cine Teatro Polytheama



Figura 5 – Museu de Artes Zé do Carmo



²¹ De 3 a 6, as imagens são de Lima e Carneiro (2018), autoras deste trabalho.

Figura 6 – Igreja de Nossa Senhora da Conceição



Conhecida como terra dos Caboclinhos, Goiana possui grupos seculares como o Caboclinho Caetés, o Canindé, o Carijós, o Sete Flechas, o Tabajara, o Tapuias, assim como as Pretinhas do Congo, Aruenda (folgedos populares de origem africana), a Ciranda e o Coco. Esses últimos bem mais comuns nas áreas litorâneas. Além dessa diversidade cultural, é importante destacar que a região foi palco de um inusitado acontecimento histórico em meados do século XVII: a batalha das Heroínas de Tejucupapo.

Diante do que foi exposto neste tópico, percebe-se que se faz necessária uma proposta de desenvolvimento sustentável que una o potencial histórico, social e ambiental, que a cidade oferece, para além do turismo de Sol e Mar. Esse tipo de turismo ainda é o principal meio de lazer das moradoras, durante o período sazonal que corresponde aos meses das férias escolares de dezembro a fevereiro, e de junho a julho.

4.2. Tejucupapo como atrativo turístico e cultural e a importância do evento

Reconhecida, ainda que timidamente pelo seu potencial turístico e cultural, entre seus moradores e fora do município de Goiana, a terra das Heroínas ainda carece de políticas públicas para o desenvolvimento local da comunidade que não se resumam apenas ao período do Festival. A título de exemplo, só em 2018, foi construído um reservatório de água (400 mil litros) e um poço a fim de ampliar a capacidade de vazão e eliminar o sistema de rodízio para o povo que, até então, sofria com a falta de água. Caminhar pelas ruas de Tejucupapo é como estar em outra época, ainda se veem as senhoras nas portas de suas casas, o dominó no fim das tardes próximo à praça Maria Camarão, em frente à igreja, assim como a curiosidade das moradoras com qualquer pessoa que aparente ser de fora.

O orgulho que a comunidade sente em participar do teatro e morar na terra das Heroínas é mais nítido entre as mais velhas e aquelas que entendem a importância da manifestação. Importância essa que já foi reconhecida em tese de doutorado, livro e alguns documentários. Além da visibilidade documental, é notória a expressiva quantidade de pessoas que comparece todos os anos ao festival, em sua maioria moradores. De acordo com a idealizadora do evento, há 325 pessoas envolvidas na realização do festival.

Com a maior participação da comunidade, tem-se por objetivo não só reforçar o sentimento de pertencimento já existente na população, mas também desenvolver uma nova alternativa de renda para as habitantes, melhorando a condição de sobrevivência delas. Segundo Conceição e Lucena Filho (2017), o conceito de desenvolvimento local é um grande propulsor social que possibilita mudanças culturais, políticas e econômicas, fortalece o empoderamento dos agentes locais contribuindo para o melhoramento das pessoas e empresas, proporcionando inclusão, igualdade e acessibilidade ao mercado de trabalho.

Manifestações populares são características do Nordeste, algumas tornam-se tão tradicionais que passam a fazer parte do calendário anual de eventos. A exemplo disso, temos aqui em Pernambuco a Paixão de Cristo de Nova Jerusalém em Brejo da Madre de Deus que, assim como o Festival das Heroínas de Tejucupapo, começou como uma simples representação teatral para atrair visitantes ao distrito de Fazenda Nova, entre os anos de 1951 e 1962. Com o passar dos anos e a chegada de Plínio Pacheco em 1956, a Paixão de Cristo ganhou aspectos mais profissionais, inclusive com a construção da cidade-teatro em 1968, onde ocorre a encenação, e o reconhecimento, dentro e fora do Brasil, de ser o maior teatro ao ar livre do mundo²².

A fim de ressaltar a importância de reestruturar o Festival das Heroínas de Tejucupapo (Goiana - PE), destacamos que a encenação da via sacra em Fazenda Nova (Brejo da Madre de Deus - PE), atrai cerca de 60 mil pessoas ao ano e figura como um dos eventos mais importantes durante a Semana Santa. Nesse período, o turismo na região é expressivamente afetado, gerando renda para as pequenas comerciantes locais e informais. Porém, nota-se que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do município que é de 0,562²³ é caracterizado como baixo e as condições de subsistência da comunidade – agricultura, pecuária, confecção e serviços de

²² Segundo o site oficial da Paixão de Cristo de Nova Jerusalém. Disponível em: <https://www.novajerusalem.com.br/historia-paixao-de-cristo>. Acesso em: 04 jun.2019.

²³ Fonte IBGE - Censo Demográfico 2010.

apoio a centros urbanos – ainda representam maior parte da economia no lugar, ou seja, fora do período sazonal do evento, a comunidade não se beneficia diretamente da atividade turística.

4.3 Procedimento metodológico

Este estudo utilizou como metodologia a revisão bibliográfica, uma ferramenta de pesquisa essencial em qualquer projeto (BARROS; LEHFELD, 2007, p.131) reunindo ideias, obtidas de leituras de artigos e pesquisas online, de autores que tenham discutido a respeito dos temas Festival e Turismo. Em consonância com o que preceitua Barros e Lehfeld (2007, p.131), entende-se que:

Após a escolha do tema, o pesquisador deve iniciar amplo levantamento das fontes teóricas (relatórios de pesquisa, livros, artigos científicos, monografias, dissertações e teses), com o objetivo de elaborar a contextualização da pesquisa e seu embasamento teórico, o qual fará parte do referencial da pesquisa na forma de uma revisão bibliográfica (ou da literatura), buscando identificar o “estado da arte” ou o alcance dessas fontes.

Da mesma forma, utilizou-se a análise documental, através de fotografias, depoimentos orais e escritos, quer seja nas notas em jornais e na internet, quer seja nos documentos históricos, possibilitando um maior entendimento da realidade do Festival das Heroínas de Tejucupapo.

O uso de documentos em pesquisa deve ser apreciado e valorizado. A riqueza de informações que deles podemos extrair e resgatar justifica o seu uso em várias áreas das Ciências Humanas e Sociais porque possibilita ampliar o entendimento de objetos cuja compreensão necessita de contextualização histórica e sociocultural. (SÁ-SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009, p.2)

Devido à pandemia de Covid-19 – o que inviabilizou entrevistas com as moradoras da localidade e participantes do Festival –, e levando em consideração que as mesmas não têm, em sua maioria, acesso à tecnologia, optou-se por uma análise de SWOT, a partir dos relatos informais das tejucupapenses, durante o evento de 2019, e da observação das autoras deste estudo como apreciadoras do evento e futuras tecnólogas. Oriunda do inglês, a sigla SWOT é uma abreviação de Strengths (forças), Weaknesses (fraquezas), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças), utilizada para posicionar ou verificar a posição de uma empresa, neste caso o Festival em questão (WATT, 2009, p. 83.).

Quadro 1 – Análise de SWOT do evento Heroínas de Tejucupapo

Análise de SWOT	
Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ● O envolvimento massivo da comunidade no festival; ● Oferecer lazer à comunidade e visitantes; ● Acontece onde originalmente houve a Batalha de Tejucupapo; ● Público nativo fiel. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de recursos que dificulta as apresentações; ● Falta de qualificação profissional das envolvidas; ● Questões legais envolvendo o terreno que ainda não foi desapropriado; ● Estrutura de transporte que não se adequa aos horários do evento; ● Acesso dificultoso ao terreno da encenação; ● Recursos financeiros limitados; ● Ausência de plano de marketing e divulgação.
Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ● Originalidade em âmbito nacional; ● O evento contribui para a preservação da memória histórica das nativas; ● Desenvolvimento do comércio local; ● Criação do site oficial; ● Definição da identidade visual do evento; ● Aumento da divulgação entre o público; ● Desenvolvimento de parcerias; ● Estrutura de transporte a ser melhorada. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Desatualização das redes sociais do evento; ● Dependência de patrocínio de fontes incertas; ● Instabilidade de apoio político.

Fonte: WATT (2009, p. 83-84).

Outro procedimento metodológico utilizado foram os Indicadores do Turismo de Base Comunitária como forma de analisar e monitorar o TBC (BENEVIDES apud COSTA; FABRINI; NASCIMENTO, 2016, p. 176). Sendo eles Dominialidade, Organização Comunitária, Democratização de Oportunidades e Repartição de Benefícios, Integração Econômica, Interculturalidade e Qualidade Ambiental:

1 - Dominialidade refere-se ao grau de domínio que a comunidade exerce sobre as propriedades, gestão, planejamento e atividades advindas do turismo;

2 – Na Organização Comunitária, é preciso identificar organizações existentes ou potenciais que possam qualificar a comunidade em prol da gestão da atividade, assim como se articular extremamente, verificando a possibilidade de apoio financeiro e técnico;

3 - A Democratização de Oportunidades e Repartição de Benefícios objetiva popularizar as oportunidades promovidas pela atividade turística contribuindo na repartição de benefícios.

4 - A Integração Econômica, por sua vez, está ligada ao diálogo da atividade com outros setores da economia ao qual o turismo está inserido, incluindo também novas oportunidades advindas desse desenvolvimento.

5 - A Interculturalidade refere-se a troca de culturas e experiências entre a comunidade local e as visitantes.

6 - A Qualidade Ambiental apresenta-se no grau de saneamento ambiental e como a comunidade administra seus recursos naturais.

Em consequência do aperfeiçoamento dessas diretrizes, o TBC vai muito além do que benefícios econômicos, contribuindo para o empoderamento, sentimento de pertença, manutenção e revalorização da identidade cultural da comunidade em que a prática turística está inserida.

4.4 Diagnóstico

Percebeu-se também ausência de informação sobre o espetáculo, a batalha e os outros eventos que acontecem durante o Festival, a organização do evento, comunicação com o público pelas páginas das mídias sociais. Entretanto, mesmo com esses fatores, a comunidade local não deixou de comparecer massivamente ao evento nos anos de 2017, 2018 e 2019. Através de fotos e vídeos divulgados por redes sociais e na página oficial da Prefeitura de Goiana, nos dois primeiros anos, assim como 2019, ano em que as autoras desse estudo compareceram ao evento, foi possível notar que a quantidade de pessoas foi maior do que a capacidade da arquibancada.

Figura 7 – Lotação das arquibancadas



Fonte: Prefeitura de Goiana (2017)²⁴

Registros mostram que a parceria entre a organização e empresa público-privadas vem se

²⁴ GOIANA, Prefeitura municipal de. Século xvii – 23 de abril de 1646 – batalha das heroínas. Goiana, 2017. Disponível em: <http://goiana.pe.gov.br/seculo-xvii-23-de-abril-de-1646-batalha-das-heroinas/>. Acesso em: 27 jun. 2018.

ampliando. Em 2017, o evento contou com o apoio cultural da Prefeitura da cidade, que forneceu as arquibancadas e o som, juntamente com o Sesc Ler-Goiana que ajudou na coreografia e encenação das atrizes (GOIANA, 2017). Em 2018, além das duas instituições já citadas, a Klabin doou papelão para construção dos cenários. Em, 2019, somou-se a esse o apoio da Fiat-Jeep, que também participou fornecendo as arquibancadas. Em 2020, em razão da pandemia global de Coronavírus - Covid-19 e seguindo os protocolos de isolamento, a 25ª Edição do Festival das Heroínas foi adiada para outubro de 2021, sendo realizada apenas uma cerimônia em comemoração aos 27 anos do teatro.

Figura 8 – Atores encenando a coreografia teatral



Fonte: Prefeitura de Goiana (2017)²⁵

O patrocínio para realização do Festival vem através da Prefeitura e de pessoas amigas, como políticos e pequenas comerciantes locais. Segundo Dona Luzia, obter recursos é a maior dificuldade, mas é preciso manter o teatro funcionando, e este gera custos, como por exemplo, os cachês das atrizes e atores que durante a encenação recebem R\$100,00 (cem reais). É algo que depende da gestão dos governantes, quer seja municipal, quer seja estadual. Vale ressaltar que, no passado, houve apoio financeiro por parte do governo do Estado.

Outro fator observado é a questão dos artigos/souvenires, que poderiam ser comercializados a exemplo da estratégia de Folkmarketing, são as camisetas com a logomarca do evento, que até o momento só estão disponíveis para a organização. Em 2019, através da visita de campo durante a encenação do teatro da Batalha das Heroínas, observou-se a ausência de fatores básicos na infraestrutura como lixeiras, pois ao fim do espetáculo o espaço onde ocorreu o evento estava tomado por embalagens plásticas e outros detritos, o comércio informal

²⁵ GOIANA, Prefeitura municipal de. Século xvii – 23 de abril de 1646 – batalha das heroínas. Goiana, 2017. Disponível em: <http://goiana.pe.gov.br/seculo-xvii-23-de-abril-de-1646-batalha-das-heroinas/>. Acesso em: 27 jun. 2018.

estava presente, inclusive nas arquibancadas superlotadas. Havia também um espaço amplo para o estacionamento, que dividia espaço com os ambulantes.

Figura 9 – Estacionamento dividido com ambulantes



LIMA; CARNEIRO (2019)²⁶

Figura 10 – Estacionamento dividido com ambulantes



Notou-se a presença de uma viatura do corpo de bombeiros e da guarda municipal que fizeram a segurança do evento e banheiros químicos em poucas quantidades. No que tange a organização, houve atraso no início da encenação, e parte da população ignorou o limite da área do cenário. Entretanto, é visível que o quantitativo de pessoas, a maioria nativas de Tejucupapo, é maior que o suportado pelas arquibancadas.

²⁶ As imagens de 9 a 13 são de Lima e Carneiro.

Figura 11 – Espectadoras (2019)

4.5 Acesso ao (e local) do evento

A encenação da Batalha das Heroínas de Tejucupapo acontece onde originalmente ocorreu o confronto, no Monte das Trincheiras; hoje, na parte do terreno que dá acesso ao Monte pertence à Fazenda Megaó, onde funcionava uma antiga fábrica de cal. Há nesse espaço um obelisco em memória do acontecimento, e o terreno não pertence à fábrica, mas sim à União.

O distrito de Tejucupapo fica às margens da PE-49 no caminho para as praias da cidade de Goiana: Carne de Vaca, Pontas de Pedra e Catuama. Vale ressaltar que chegar ao Monte das Trincheiras, só é possível pela Estrada Megaó, uma vez que não há calçamento na ladeira de acesso, nem uma divisa entre a via e o passeio de pedestres conforme as imagens a seguir.

Figura 12 – Estrada Megaó (2018)

Figura 13 – Estrada Megaó na saída da encenação (2019)

Em 2019, foi possível vivenciar o trajeto que uma visitante realizaria para prestigiar a encenação e, durante o percurso, constatar que o transporte carece de um plano de mobilidade urbana, pelo menos no dia da encenação, uma vez que algumas atrações do evento ocorrem no final da tarde e à noite, horários em que não há transporte. Em dias úteis, o horário vai até às 17h, e o transporte é realizado por Kombis e minivans que fazem a linha Goiana/Tejucupapo, ou Goiana/Ponta de Pedras, no valor de R\$ 5,00 (cinco reais), e ônibus de linha da Rodotur, Recife/ Tejucupapo (na linha Recife/Ponta de Pedras), por R\$ 13,70 (Treze Reais e setenta centavos)²⁷. Nos fins de semana, a frota é reduzida, e a saída dos carros só acontece quando há um quantitativo máximo de passageiras, ou seja, quando o veículo lotar (obtiver 12 passageiras) ou atingir o limite de tempo da rotatividade dele no local (em média de 30 a 40 minutos).

Essas questões confirmam o Festival das Heroínas de Tejucupapo como evento atrativo, desenvolvido e gerido pela (e para a) comunidade. Essa é uma ação relevante, pois tem possibilitado a aproximação entre as nativas, mobilizando-as para doações e ações de melhoramento da qualidade de vida da comunidade. Entretanto, no que se refere à dominialidade do evento, é preciso haver a uma estruturação turística dele com a desapropriação do terreno onde ocorre a encenação e investimentos para a ampliação/divulgação do Festival que hoje está restrito aos nativos e moradores dos distritos vizinhos. Essas questões serão discutidas no Capítulo a seguir.

²⁷ Valores de julho de 2021 conforme o site empresa de transportes Rodotur. Disponível em: <https://www.rodotur.com.br/tarifas>. Acesso em: 14 jul. 2021.

5 UMA PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO TURÍSTICA PARA O FESTIVAL DAS HEROÍNAS DE TEJUCUPAPO

Com base no diagnóstico feito, fica claro que ações para o desenvolvimento local e melhoramento do evento Festival das Heroínas de Tejucupapo devem ser feitas. Para que isso aconteça, um conjunto de ações devem ser desenvolvidas nas mais diversas frentes (sinalização turística, mobilidade e transporte, reestruturação Associação Grupo Cultural Heroínas de Tejucupapo, plano de marketing, acessibilidade do evento, criação e expansão de polos culturais do festival em Goiana e outros distritos), que, entretanto, não caberiam neste estudo. Sendo assim, o enfoque deste projeto é a estruturação do evento, dando o pontapé inicial na organização e planejamento do festival.

Nesse sentido, observa-se que serão necessárias melhorias na infraestrutura básica de apoio ao evento, quantitativo suficiente de banheiros químicos, aumento da segurança através da presença significativa da Polícia Militar e presença de uma ambulância ou unidade móvel do Corpo de Bombeiros durante todo o festival. Como forma de difusão da história e do Festival, deverão ser realizadas oficinas em escolas estaduais e municipais da cidade para estudantes do 6º ao 9º ano, que poderão compreender como se deu a Batalha e qual a importância da participação das mulheres dentro do contexto social da época.

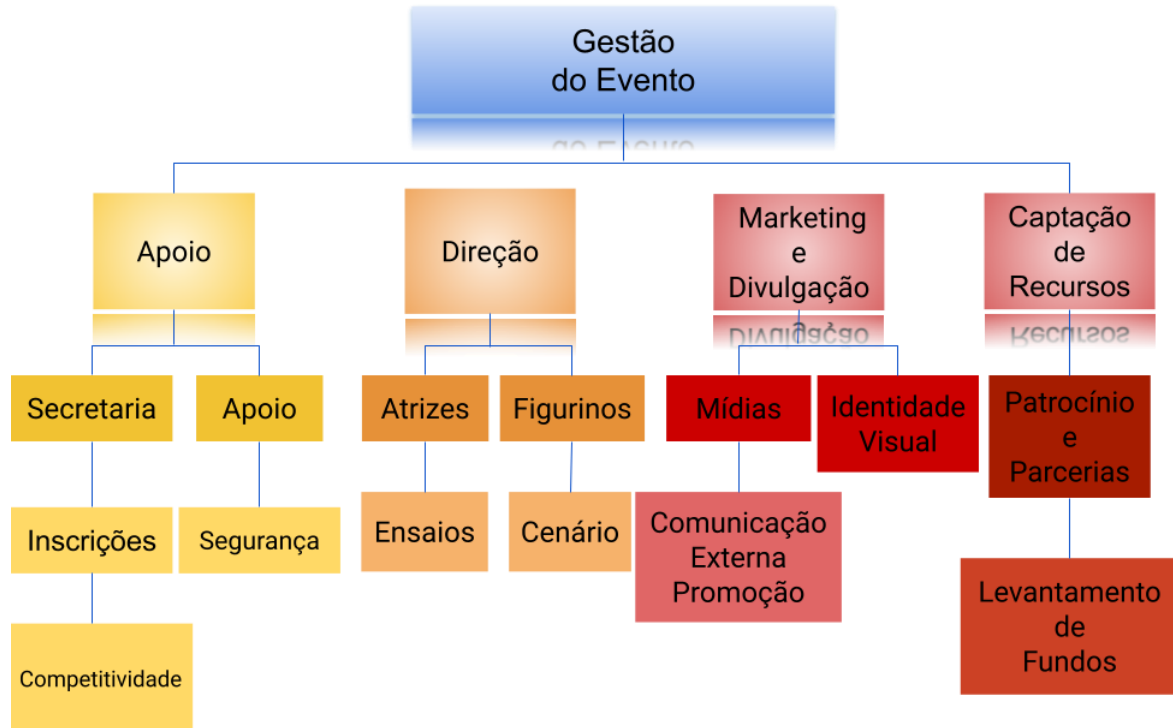
Por meio do diagnóstico exposto anteriormente, percebe-se que é necessário aumentar o número de arquibancadas, visto que, nas edições de 2017, 2018 e 2019, houve um quantitativo de pessoas maior que o suportado pelos assentos, e, conseqüentemente, a melhoria da qualidade do som. Sobre o concurso de Garoto e Garota Heroína, é notável que existe potencial; porém, esta parte do evento poderia ser melhor aproveitada, utilizando um contexto mais político e cultural. A título de exemplo, em vez de avaliar somente a beleza física, a competição poderia avaliar, também, a contribuição do (a) candidato (a) à comunidade e seus conhecimentos sobre o acontecimento histórico.

Buscando proporcionar uma maior autonomia para o evento e competitividade, uma estratégia importante é a parceria com empresas privadas que, ao participarem dessas manifestações culturais, agregam valor ao empreendimento e ganham mais credibilidade junto à população. No que se refere à parceria com o setor público, será necessário pessoal treinado para manter as páginas oficiais atualizadas e para atuar no Centro de Apoio ao Turista (CAT), que deverá funcionar durante todo o Festival. Dito isso, é preciso, agora, apresentar a proposta de estruturação de forma mais detalhada.

5.1 Organograma

Tendo em vista a organização interna do Festival e buscando melhor aproveitamento das funções das integrantes da Associação Grupo Cultural Heroínas de Tejucupapo — AGCHT, foi elaborado este organograma.

Quadro 2 – organização de funções dentro do evento



LIMA; CARNEIRO (2020)

Gestão do Evento: Responsável pela confecção do cronograma e direção do evento.

Apoio Técnico

Secretaria: Responsável pela parte burocrática;

Inscrições: coordenar e vincular as inscrições para os concursos do festival;

Competitividade: Ações de melhoramento do Festival;

Apoio: Auxiliar na organização das arquibancadas, informações turísticas, recepção dos convidados e checagem dos equipamentos

Segurança: Levantamento da média de pessoas que estiveram presentes no festival e em cada atração. Com base nesse número, estipular a quantidade de ambulâncias, viaturas etc. serão necessárias para os próximos eventos.

Direção Geral do Teatro: Responsável pela parte artística da encenação da batalha como coordenar atrizes, mobilizar os ensaios, confecção de figurinos e cenário.

Marketing e divulgação: Realizar ações de publicidade e imagem do evento

Identidade Visual: Responsável pela elaboração de elementos alegóricos do festival.

Mídias: Vincular notícias e informações em redes sociais (Instagram, Facebook), página oficial.

Comunicação externa e promoção: Cuidar da imagem e de ações promocionais do evento.

Captação de Recursos: Mobilizar e contatar empresas para apoiar a realização do evento.

5.2 Cronograma

A partir de pesquisas em livros voltados para o tema Eventos, bem como seu planejamento e organização, foi construído um novo cronograma. Nele, é possível observar etapas de pré-evento, durante e pós-evento. evento

Quadro 3 - cronograma do

Cronograma do Evento							
Passos	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai
Reunião com a equipe do evento	X		X	X	X		
Reunião com a Prefeitura e patrocinadores	X			X			
Estudo de viabilidade	X						
Levantamento de custos	X						
Captação dos recursos, apoio e patrocínio		X	X	X			
Recrutamento de atrizes e voluntárias		X	X				
Ensaios da encenação e reunião com atores		X	X	X	X		
Contratação de artistas e atrações				X	X		
Contratação da empresa responsável pela montagem dos equipamentos				X			
Prova de figurinos e confecção das camisetas			X		X		

Divulgação online				X	X	X	X
Parcerias e divulgação em carros de som em Goiana					X	X	X
Inscrições para vendedoras de alimentos e artesanatos					X		
Oficinas nas escolas					X	X	
Mobilizar segurança e apoio				X			
Limpeza do terreno						X	
Montagem da estrutura da encenação, shows e do concurso						X	
Encenação da Batalha das Heroínas, shows e concurso						X	
Desmontagem da estrutura da encenação, shows e concurso e limpeza						X	
Envio de certificados de participação e cartas de agradecimento						X	
Monitoramento e divulgação pós-evento							X

LIMA; CARNEIRO (2020)

5.3 Marketing e Divulgação

Sendo o Marketing e a divulgação ferramentas importantes para dar visibilidade às informações e difusão delas, faz-se necessário utilizar algumas estratégias para potencializar a imagem positiva e trazer mais profissionalismo ao evento. A exemplo disso, propõe-se como plano de ação a instituição de métodos do Folkmarketing que consiste em:

Um conjunto de meios que uma organização dispõe para vender seus produtos e serviços [...] Significa ainda o conjunto de apropriações das culturas populares com objetivos comunicacionais, para viabilizar produtos e serviços de uma organização para seu público-alvo (LUCENA FILHO, 2011, p.80).

Desse modo, faz-se necessário utilizar-se desse mecanismo para se aproximar cada vez mais do público-alvo, trazendo esse processo mercadológico para o âmbito do festival, com a consolidação da marca já existente das Heroínas e, futuramente, a criação da lojinha de souvenirs, física e virtual com produtos produzidos pela própria comunidade. Dentre os produtos, camisetas, chaveiros, canecas, imãs de geladeira, lápis, entre outros; assim como a

utilização do espaço da Associação Cultural para oferecer cursos gratuitos de artesanato, tendo seus itens expostos e comercializados no espaço com a renda revertida para as artesãs e para o teatro, podendo resultar também na geração de renda e empregos voltados para a comunidade e sustentabilidade do espetáculo.

Assim como acontece com o espetáculo da Paixão de Cristo, sentiu-se a necessidade da criação de uma página e site oficial do Festival das Heroínas de Tejucupapo que abrigassem informações sobre a história da Batalha das Heroínas e do próprio Festival, entre outros dados de relevância acerca do espetáculo, podendo até ser um referencial (facilitando a busca de informações verídicas do evento) e outras redes sociais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, que sejam bilíngues e acessíveis a pessoas portadoras de deficiência.

A página deverá proporcionar aos usuários informações atualizadas acerca dos eventos anteriores, do atual e dos próximos, sendo vinculados nela, e nas outras redes a divulgação pós-evento, todos os meios de contato e o link para uma visita à lojinha virtual. Vale ressaltar que, atualmente, existem páginas na rede social Facebook sobre o Festival das Heroínas de Tejucupapo, bem como outras páginas que não são exclusivas do evento nem se encontram atualizadas fora do período da apresentação, e de blogs que podem (ou não) terem sido criados pela organização.

Figura 14 – Imagem do blog Heroínas de Tejucupapo com a última atualização em 2010



Fonte: Blog das Heroínas de Tejucupapo (2010)²⁸

A utilização de material impresso também está prevista. A criação do mapa turístico da região e da cidade de Goiana, folders explicativos em outros idiomas, que serão distribuídos em

²⁸ HEROÍNAS DE TEJUCUPAPO. Página inicial. Disponível em: <https://heroinastejucupapo.blogspot.com/>. Acesso em: 13 ago. 2019.

CAT's - Centros de atendimento ao Turista da Região Metropolitana do Recife, bem como em Hotéis e Pousadas da cidade, bem como no CAT que funcionará no monte trincheiras, no dia da encenação da Batalha, e na Associação Grupo Cultural Heroínas de Tejucupapo. Hoje, o material impresso sobre o destino cita, timidamente, o teatro das Heroínas e outros pontos da cidade, mas não há informações de como chegar ao vilarejo, ou mais detalhes sobre o evento.

Convém ressaltar a importância dos CATs, que por vezes, são o primeiro contato do (e com a) turista, onde são oferecidos apoio e informação às visitantes. Os Cats podem também fazer a via de intermédio com o órgão responsável pela atividade, utilizando essa proximidade para ouvir o que o visitante tem a dizer sobre o destino.

Outro meio de divulgação bastante comum na cidade e arredores são as rádios locais e os carros de som, que percorrem as ruas passando aos moradores alguma informação. Ao utilizar esse meio de comunicação, aproxima-se o público nativo do evento, já que esse é um instrumento tradicional de divulgação. Vale ressaltar que as oficinas a serem realizadas nas escolas públicas serão uma oportunidade de difundir a importância da encenação para crianças e jovens do município, despertando neles o sentimento de pertença.

No que se refere à decoração do evento, além de banners contando a história do festival e fotos de outras edições, serão confeccionadas bandeirolas intercaladas com a logo do evento em TNT, que deverão ser instaladas em pontos estratégicos, como por exemplo a rua que dá acesso à Estrada Megaó, tendo a função estética, mas também informativa para aquelas que forem pela primeira vez ao Festival.

5.3.1 Identidade Visual

A fim de fortalecer e difundir a marca do festival foram pensadas estratégias que visam promover a aproximação do público. Baseando-se nas cores quentes e vibrantes das vestimentas das personagens principais – Maria Quitéria, Maria Clara, Maria Camarão e Maria Joaquina –, foi elaborada a nova logomarca do evento em parceria com a estudante do curso de Design Gráfico da UFPE, Rebeca Freitas. Nela, é possível perceber a presença do obelisco, símbolo da Batalha de Tejucupapo e uma figura feminina, inspirada numa fotografia em que a heroína simula o feito de suas antepassadas no ataque contra os holandeses, jogando água quente com pimenta em direção a câmera. A logomarca proposta, nesse sentido, ganha um aspecto mais lúdico.

Figura 15 – Fotografia de dona Luzia caracterizada de Heroína



Foto: Edu Lopes (2001)²⁹

Figura 16 - Imagem da logomarca do evento



FREITAS (2020)

A partir de agora, serão apresentados exemplos da presença da logomarca em itens do evento, utilizando a estratégia de Folkmarketing. A camisa com o espaço do verso reservado às patrocinadoras e apoiadoras do evento. Este item, juntamente com os outros produtos, será comercializado em uma das tendas durante a encenação da batalha.

²⁹ LOPES, Edu. **A guerreira de Tejucupapo**. 2001. 1 fotografia. 185 x 250 pixel. Disponível em: https://www.terra.com.br/istoegente/103/reportagem/luiza_maria_silva.htm. Acesso em: 25 ago. 2020.

Figura 17 – Camisa, boné e sacola de papel impressa com a logomarca do evento

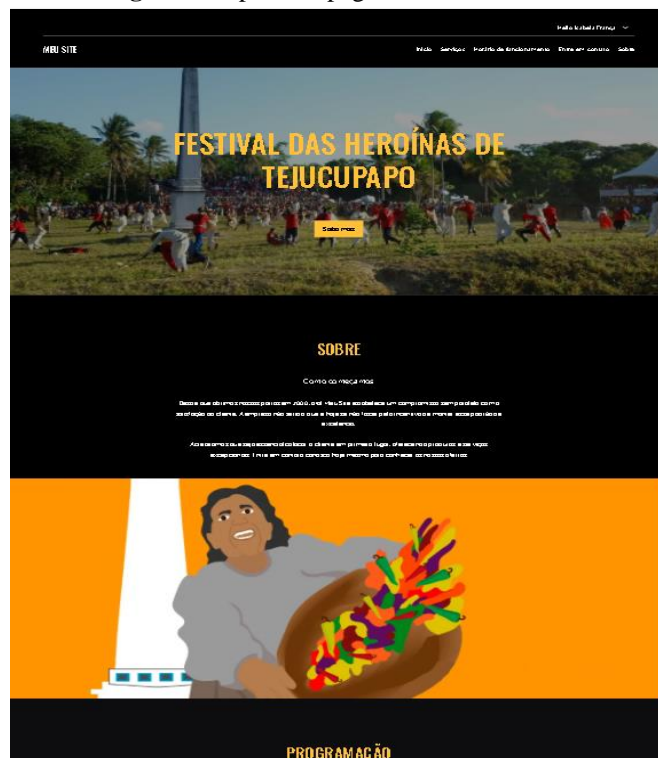


FREITAS (2020)

5.3.2 Identidade visual do site

Seguindo a temática da logomarca, abaixo encontra-se o modelo de site pensado para reunir as informações acerca do evento e da batalha.

Figura 18 - print da página do site do evento



LIMA; CARNEIRO (2021)

5.3.3 Programação do evento

Visando o melhor aproveitamento do tempo, adição de grupos culturais nativos sem descaracterizar as atrações fidelizadas pelo público, foi pensada a nova programação do evento.

Figuras 19 e 20 – Exemplos da programação do evento com a logomarca do estudo



LIMA; CARNEIRO (2021)

5.3.4 Layout do terreno onde ocorre a encenação da Batalha das Heroínas

Com o objetivo de melhorar o layout e a disposição de elementos durante a encenação da batalha, foi elaborado um projeto de qualificação em parceria com o estudante do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Kaique Felipe Soares. Nesse projeto, foram ilustrados os itens que, durante a construção deste estudo, mostraram- se como forte demanda. A seguir, é possível visualizar o projeto sob perspectiva panorâmica:

Figura 21 – lateral direita do projeto



SOARES (2019)

Nesta imagem, é possível notar a tenda recreativa, que foi pensada para servir às crianças cujos pais trabalham durante o evento, quer seja na organização dele, quer seja no

comércio. Ao lado. À direita da leitora, será a tenda do receptivo, onde serão disponibilizadas informações turísticas sobre o evento e atrativos do entorno, além de local para funcionar a lojinha.

Figura 22 – Tenda de recreação infantil e tenda onde funcionará o CAT



SOARES (2019)

Nota-se, na parte inferior, à esquerda da imagem seguinte, a feirinha gastronômica e, na parte superior, as tendas onde ficarão a ambulância e a equipe de polícia. Na parte inferior, à direita, a feira de artesanato e, atrás dela, os banheiros químicos.

Figura 23 – Vista de cima da disposição da feirinha gastronômica, arquibancadas, feira de artesanatos e posto policial e ambulância



SOARES (2019)

5.4 Orçamento preliminar

Aqui foram elencados itens iniciais necessários para a realização e estruturação da festa das heroínas, utilizando a estrutura de outros eventos de cunho parecido com o deste para tornar esta listagem o mais próxima possível da realidade do Festival das Heroínas de Tejucupapo.

5.4.1 Recursos Físicos e aluguel de equipamentos

Levando em consideração que o evento não é uma instituição rentável, será necessário investir na compra de alguns itens para oferecer mais comodidade e estrutura ao Festival. Se adequando a etapa de pré e durante evento, foram buscados preços em três sites de compras diferentes e retirados a média de precificação.

Quadro 4 – Recursos físicos

Recursos Físicos		
Item	Quantidade	Preço por unidade
Computador	1	R\$ 1.744,95
Impressora	1	R\$ 413,27
Armários para os figurinos	*	R\$ 694,10
Telefone fixo	1	R\$ 126,56
Roteador de duas antenas	1	R\$ 86,69
Câmera fotográfica semiprofissional	1	R\$ 1526,36
Domínio do site Oficial do evento	*	*
Internet via wi-fi	*	R\$ 111,65
Microfones	2	R\$ 200
Lixeiras	15	R\$ 161
Cadeiras plásticas	10	R\$ 35
Mesas plásticas	3	R\$ 80
Grades para isolamento	*	Parceria
Equipamento de som	*	Parceria
Gerador de energia	1	Parceria
Tendas	6	Parceria
Estandes/ Barraquinhas	14	Parceria
Shows	15	*
Arquibancadas	4	Parceria
Palco	2	Parceria
	Total	R\$ 8.108,58

Fonte: LIMA; CARNEIRO (2020)

5.4.2 Recursos Humanos

Por meio das atividades que serão oferecidas ao longo do Festival, foi realizado um levantamento do pessoal necessário para realizar o evento. O objetivo é que essas vagas sejam ocupadas pela organização atual do evento e nativas de Tejucupapo e que, também, seja oferecida capacitação necessária para alcançar a competitividade e profissionalismo do Festival, através de parcerias com instituições de ensino profissionalizantes. No que tange ao método de pagamento de mão de obra, foi pensada a contabilização de horas durante a realização do festival nas etapas de pré, durante e pós evento.

Quadro 5 – Recursos Humanos

Recursos Humanos			
Quantidade	Função	O que fazer	Salário/Hora
01	Gestora de evento	Atuar na direção geral e auxiliar no intermédio da realização do evento.	R\$14
01	Diretora geral de teatro	Cuidar da parte criativa do teatro.	R\$ 39
01	Social Mídia	Manter as mídias sociais atualizadas e alimentadas.	R\$ 17
04	Organizadoras de evento	Ficar responsável pelas voluntárias e organizar as arquibancadas	R\$14 56
04	Equipe de captação de recursos e tesouraria	Ficar responsável por toda a parte financeira do Festival.	R\$ 13 52
02	Gestoras de Turismo	Analisar, monitorar e atuar no intermédio do evento e suas relações externas.	R\$ 10 20
04	Equipe de secretaria	Elaborar comunicação interna e externa do Festival.	R\$ 9 36
01	Fotógrafa	Captar imagens do evento.	R\$ 9
02	Atendente de CAT	Recepcionar e oferecer informações sobre o evento	R\$ 6
	Voluntárias	Farão parte do corpo de apoio	
	Atrizes de Teatro	Responsáveis por dar vida à encenação	R\$ 60
		Total	R\$

Fonte: Salário³⁰

5.5 Captação de Recursos

Como todo evento, o Festival das Heroínas de Tejucupapo gera custos. Mas, por ser um evento de caráter popular, a cobrança de ingressos não é uma opção. Como alternativa, seria a possível inclusão nas leis de incentivo municipal e estadual, bem como parcerias entre instituições públicas e privadas mostram-se como caminhos possíveis, além de possibilitar a troca de benefícios mútuos.

5.5.1 Leis de incentivo à Cultura em Pernambuco

No estado, o principal meio de obter apoio cultural é através do Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura-PE) que, por meio de editais de seleção pública anual, possibilita ao produtor cultural, devidamente registrado no Cadastro de Produtores Culturais (CPC) inscrever-se no evento. Aprovado, o festival receberia fundos para a sua realização.

5.5.2 Parcerias com instituições públicas e privadas

Essa prática já acontece no evento, porém de forma tímida. Nos anos anteriores, a Prefeitura da cidade forneceu alguns equipamentos e, em 2019, patrocinou bandas, forneceu os palcos onde aconteceram as apresentações dos shows e da encenação. O apoio do governo municipal ainda é a maior fonte de patrocínio e que, dependendo da gestão, pode ser a mais generosa ou não; sendo assim, faz-se necessário a busca por outras fontes de fomento.

Com base no levantamento de empresas que circundam a região e já participam de eventos culturais, foi feita uma listagem de possíveis patrocinadores.

1. Vitarella
2. Jeep
3. BNDES
4. Klabin
5. Canaã Polpas
6. Palmeron
7. Dragão
8. SENAI

A sugestão dessas empresas veio através de um histórico de participações em eventos de caráter cultural, como a Palmeiron, Vitarella e Dragão, que são apoiadoras da Paixão de Cristo

³⁰SALÁRIO. **Tabela de cargos, salários e pisos salariais**. Disponível em: <https://www.salario.com.br/tabela-salarial/>. Acesso em: 22 jan 2021.

de Nova Jerusalém; bem como de algumas que já apoiaram a encenação em anos anteriores, a exemplo da Klabin e Jeep, e de outras que podem se interessar em ter seu nome atrelado ao Festival. No caso do SENAI, ele poderia promover a capacitação das lideranças dentro da gestão do evento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciar a concepção deste estudo, tinha-se como objetivo estruturar por completo o festival para que ele passasse a figurar como um atrativo para a cidade de Goiana e, assim, receber mais visitantes diminuindo os efeitos da sazonalidade turística, diversificando os segmentos de turismo praticados na região e oferecendo uma alternativa de renda para os moradores. Porém, durante o processo de diagnóstico, foi percebido que, para o projeto ser viável, seria necessário estruturar inicialmente a parte que se configura como a atração principal do evento: a encenação.

Durante esta etapa, a análise do cenário econômico da cidade de Goiana e do distrito Tejucupapo demonstrou o potencial da localidade para o segmento de turismo cultural e a premência de desenvolver um turismo sustentável, com prática turística desenvolvida sob a concepção do TBC, cujo modelo de gestão integrada, articulada com a (e pela) comunidade, já obteve êxito do Norte ao Sul do país, a exemplos iniciativas como a Pousada do Uacari, no Amazonas, e Bombando Cidadania, na cidade do Recife.

Para tentar sanar as problemáticas encontradas, foram criados o layout do terreno, onde acontece a batalha, e a criação de uma logomarca (ambos feitos em parceria com estudantes dos cursos de Arquitetura da UNINASSAU e Design Gráfico da UFPE), que estivessem presente na identidade visual do evento, bem como uma nova programação, a criação do site oficial e o Centro de Atendimento ao Turista (CAT) que deverá funcionar no dia da encenação da batalha.

Visando à melhor independência do Festival da Heroínas de Tejucupapo, foram pensadas uma série de medidas para o aperfeiçoamento do evento: parcerias com organizações públicas e privadas, ações de promoção turística que disseminem o episódio da batalha das heroínas e a profissionalização das participantes. Tudo isso como pontapé inicial para que o destino turístico Tejucupapo – Goiana (PE) venha a se consolidar. No que tange às demandas de patrimônio cultural e histórico, nota-se que eventos como esse, que contam um acontecimento da história pernambucana, não foram inscritos nas leis de incentivo cultural existentes, a exemplo do Edital da Funcultura, talvez por falta de conhecimento da gestão do evento.

Todavia, entende-se que há muito a ser implementado, pois ações que facilitaríamos a realização do festival não foram feitas: como a desapropriação do terreno onde originalmente houve a batalha, a melhoria no acesso ao terreno, a colocação de sinalização turística e a ampliação do horário dos transportes ao distrito no período em que acontece o evento.

Entende-se, ainda, a necessidade da criação de um plano de marketing, do Memorial das Heroínas, uma exposição que contaria a história do festival, dentre outras informações sobre o evento, funcionando na Associação/Sede do evento. Esta, contudo, deverá passar por um processo de reforma, a fim de se transformar em um espaço de uso da população com a oferta de cursos de curta duração.

Ao longo da pesquisa para a construção deste trabalho, foi possível acompanhar as dificuldades com que o festival tem que lidar, mas também a importância das guerreiras/heroínas de Tejucupapo para a história do estado ao serem reconhecidas como patronas da defesa dos direitos das mulheres de Pernambuco através do projeto de Lei nº 1566/2020 da Alepe (Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco). Vale ressaltar a importância desse reconhecimento não somente por dar visibilidade ao Festival – e, quem sabe, beneficiar o evento, a partir da criação de políticas públicas voltadas às questões da comunidade –, mas também por reforçar os direitos das mulheres pernambucanas, principalmente se levarmos em consideração que o estado ocupa um vergonhoso 2º lugar em violência contra a mulher.

Trazer essa história ao centro da narrativa reforça a identificação das autoras deste projeto de intervenção como mulheres pernambucanas e o compromisso delas em lutar contra o processo de apagamento histórico. A batalha ressignifica e é ressignificada, quando colocada no contexto atual, pois, através do evento, heroínas de ontem e de hoje questionam o sexismo existente e exaltam suas lutas diárias.

Tendo em vista tudo o que foi exposto neste estudo, está claro o potencial turístico do distrito de Tejucupapo que, se bem trabalhado, pode vir a ser um divisor de águas na dinamização do turismo no litoral norte de Pernambuco. Está claro, também, que a estruturação do Festival das Heroínas pode tornar-se referência de uma prática turística atual e sustentável, beneficiando genuinamente a população local, fortalecendo a identidade das suas nativas e, sobretudo, empoderando as mulheres, tornando-as agentes do seu próprio destino.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Soraya Souza de. **Turismo de Eventos: a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo.** Brasília: Universidade de Brasília, 2004.
- AMORIM, Maria Alice. Zé do Carmo. **Patrimônios Vivos de Pernambuco**, Recife, 2. ed. rev. e ampl. p. 51-54, 2014.
- ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DO POLO PERNAMBUCO E PARAÍBA - AEP. **Programa Educacional vai capacitar todos os alunos da rede pública de Goiana.** Disponível em: <http://www.aeppepb.org.br/noticias/programa-educacional-vai-capacitar-todos-os-alunos-da-rede-publica-de-goiana>. Acesso em: 11 nov. 2018.
- ASSOCIAÇÃO DOS DOCENTES DE BRASÍLIA - ADUnB. **Educação é a área mais atingida pelos cortes de Bolsonaro.** Disponível em: <https://www.adunb.org/post/educação-é-a-área-mais-atingida-pelos-cortes-de-bolsonaro>. Acesso em: 17 jul. 2021.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia científica.** 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** Campinas: Papyrus Editora, 2006.
- BATISTA, Cláudio Magalhães. Memória e identidade: aspectos relevantes para o desenvolvimento do turismo cultural. **Caderno virtual de turismo**, v. 5, n. 3, p. 27-33, 2005.
- BERNARDO, Teresinha. O candomblé e o poder feminino. **Revista de Estudos da Religião**, v. 2, p. 1-21, 2005.
- BEZERRA, Cláudio(org). **Tejucupapo: história, teatro, cinema.** Recife: Bagaço, 2004.
- BILOTTA, Fernanda Aprile. **Heroínas: da submissão à ação uma análise junguiana de personagens em filmes de animação.** São Paulo, 2010.
- BRAGA, Maíra Batista; SELVA, Vanice Santiago Fragoso. O turismo de base comunitária pode ser um caminho para o desenvolvimento local?. **REDE - Revista Eletrônica do PRODEMA**, Fortaleza, v. 10, n. 1, mar. 2016.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **A mistura de turismo e cultura em Pernambuco.** Brasília, 2016.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Dinâmica e Diversidade do Turismo de Base Comunitária: desafio para a formulação de política pública.** Brasília, 2010.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: marcos conceituais.** Brasília, 2006.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas.** Brasília, 2010.

CARREIRAS, Helena. **Mulheres nas Forças Armadas portuguesas**. Lisboa: Edições Cosmos, 1997, p. 12-13.

CONCEIÇÃO, Simone Maria da; LUCENA FILHO, Severino Alves de. Marca Paixão de Cristo de Nova Jerusalém como estratégia de Folkmarketing para o desenvolvimento local em Fazenda Nova-PE. In: **Anais da Conferência Brasileira de Folkcomunicação-Folkcom**. 2017.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO - CNC. **Turismo aumenta faturamento em 2,2%, em 2019**. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/editorias/turismo/noticias/turismo-no-brasil-aumenta-faturamento-em-2019>. Acesso em: 27 fev. 2021.

CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO - WTTC. **Relatórios de impacto econômico**. Disponível em: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. Acesso em: 27 fev. 2021.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. O desenvolvimento voltado às condições humanas e o turismo comunitário. In: CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira; LIMA, Luiz Cruz (Org.). **Turismo Comunitário e Responsabilidade Socioambiental**. Fortaleza: EDUECE, 2003, p. 26-44.

COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré**, 3. ed., 2007.

DIAS, Reinaldo. **Turismo e patrimônio cultural**: recursos que acompanham o crescimento das cidades. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 91-102

DINIZ, Débora. **Carta de uma orientadora**: o primeiro projeto de pesquisa. 2. ed. rev. Brasília: Letras Livres, 2013.

FABRINI, Nathalia Hallack; NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do; COSTA, Helena Araújo. Turismo de Base Comunitária: uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. **Caderno Virtual de Turismo**, [s.l.], v. 16, n. 3, p. 172-190, 2016.

FARIAS, Eny Kleyde Vasconcelos. **Maria Felipa de Oliveira**: heroína da independência da Bahia. Salvador: Quarteto, 2010.

FCA PRESS. **Jeep amplia programa de educação em Pernambuco**. Disponível em: <http://www.fcapress.com.br/pt/jeep/verrelease/1851.do> . Acesso em: 12 nov. 2018.

GASPAR, Lúcia. **Goiana, PE**: patrimônio histórico e cultural. In: Pesquisa Escolar. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2011. Disponível em: <http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/>. Acesso em: 14 set. 2018.

GOIANA ganhará campus da ufpe. **Diário de Pernambuco**, Recife, 03 abr. 2018. Disponível em:

http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/vida-urbana/2018/04/03/interna_vidaurba_na,747224/goiana-ganhara-campus-da-ufpe.shtml. Acesso em: 15 nov. 2018.

GOIANA, Prefeitura municipal de. **Século xvii – 23 de abril de 1646 – batalha das heroínas**. Goiana, 2017. Disponível em: <http://goiana.pe.gov.br/seculo-xvii-23-de-abril-de-1646-batalha-das-heroínas/>. Acesso em: 05 jun. 2017.

HALLACK, Nathália; BURGOS, Andrés; CARNEIRO, Daniela Maria Rocco. Turismo de base comunitária: estado da arte e experiências brasileiras. **Ambientalmente sustentável: Revista científica galego-lusófona de educación ambiental**, n. 11, p. 7-25, 2011.

HISTORY BRASIL. A história das aviadoras soviéticas da segunda guerra mundial, chamadas de "bruxas da noite". History, 2019. Disponível em: <https://seuhistory.com/noticias/historia-das-aviadoras-sovieticas-da-ii-guerra-mundial-chamadas-de-bruxas-da-noite>. Acesso em: 30 jul. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Pernambuco**. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/uf.php?coduf=26>. Acesso em: 09 jul. 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **IBGE atualiza a lista dos municípios que integram os recortes territoriais brasileiros**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/29465-ibge-atualiza-a-lista-dos-municipios-que-integram-os-recortes-territoriais-brasileiros2>. Acesso em: 20 abr. 2021.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL - IPHAN. **Mulheres mantêm vivo o Patrimônio Cultural do Brasil**. 2015. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/se/noticias/detalhes/3179/mulheres-mantem-vivo-o-patrimonio-cultural-do-brasil>. Acesso em: 07 fev. 2019.

JONAS, Eline. **Violências Esculpidas**: notas para reflexão, ação e políticas de gênero. Goiânia: Editora da UCG, 2007.

LA TORRE PADILHA, Oscar de. **El turismo**: fenómeno social. 2. ed. México: Fondo de cultura económica, 1997.

LETRAS. **Hino de Goiana- PE- Hino de cidade**. Disponível em: <https://m.letras.mus.br/hinos-de-cidades/1655485/>. Acesso em: 04 de jun. 2017.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. Anuário UNESCO / **Metodista de Comunicação Regional**, [s.l.], Ano 15 n.15, p. 79-94, 2011.

LYRA, Luciana de Fátima Rocha Pereira. **Guerreiras e Heroínas em performance**: da artenografia à mitodologia em artes cênicas. 2011. Tese (Doutorado em Artes em Artes Cênicas) — Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), Campinas, 2011.

MACIEL, Bárbara Pires. **Festivais de música e turismo**: dois estudos de caso: Les Aralunaires e Milhões de Festa. Porto, 2011.

MARINHO, Bruno. Fábrica de Jeep e Fiat, em goiana, passa a operar 24 horas por dia. **G1**, Pernambuco, 23 mar. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/polo-automotivo-jeep-em-goiana-passa-a-operar-em-regime-24-horas.ghtml>. Acesso em: 12 nov. 2018.

MARUJO, Noémi. **O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região**. Évora, 2015.

MELLO, Ana Claudia R. Costa De. Mulheres na guerra: pelo esforço ou como combatentes. sim, elas estiveram lá. **Revista pré. univest**. São Paulo, v. 61, n.11, dez./jan. 2017.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2002.

PERNAMBUCO. **Secretaria de Educação**. SEE Participa de parceria da Jeep com Instituições de Ensino de Pernambuco. Disponível em: <http://www.educacao.pe.gov.br/portal/?pag=&cat=37&art=2194>. Acesso em: 12 nov. 2018.

RABENHORST, Eduardo. Heroísmo no feminino. **Revista Gênero & Direito**, [s.l.], v. 2, n. 1, 2013.

RAGO, Margareth. **As mulheres na historiografia brasileira**. Cultura histórica em debate. São Paulo: UNESP, 1995.

RODRIGUES, Cláudia Sofia Miranda. **O turismo de eventos culturais em Lisboa**: santos populares. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, 2012.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista brasileira de história & ciências sociais**, [s.l.], v. 1, n. 1, 2009.

SANCHEZ, Giovana Romano. Mulheres são menos de 10% dos personagens em livro de história usado em escolas públicas. **Gênero e número**, [s.l.], n.11, p.111-222, out. 2017. Disponível em: <http://www.generonumero.media/no-rodape-da-historia-mulheres-sao-menos-de-10-de-personagens-em-livro-didatico-usado-nas-escolas-publicas/>. Acesso em: 24 jul. 2018.

SOARES, Cecília Moreira. As ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador no século XIX. **Afro-Ásia**, [s.l.], n. 17, 1996.

SOTRATTI, Marcelo Antonio. O turismo como estratégia de desenvolvimento socioespacial: conexões e desconexões de áreas turísticas com as dinâmicas socioespaciais das cidades. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 14, 2015.

TARDIN, Elaine Borges; AZEVEDO BARRETO, Luís Otávio de. Mulheres guerreiras: entre a história e a mitologia. **Revista Transformar**, Itaperuna, 10. ed., p. 85-102, 2017.

VON SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes. Memória, cultura e poder na sociedade do esquecimento: o exemplo do centro de memória da UNICAMP. **Arquivos, Fontes e Novas Tecnologias: questões para a história da educação**, Campinas, p. 63-74, 2000.

WATT, David C. **Gestão de eventos em lazer e turismo**. São Paulo: Bookman Editora, 2009.

APÊNDICE

APÊNDICE A — Vista superior do projeto



SOARES (2019)³¹

APÊNDICE B — Vista posterior diagonal do projeto



³¹ Todas as imagens deste Apêndice são de autoria de Soares (2019).

APÊNDICE C — Vista posterior do projeto



APÊNDICE D — Vista percorrer



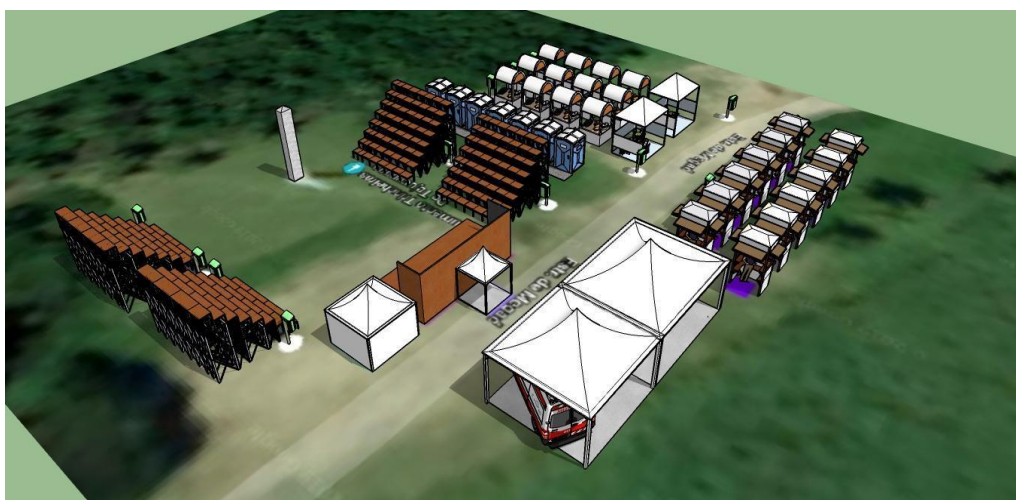
APÊNDICE E — Lateral direita do projeto



APÊNDICE F — Lateral esquerda do projeto



APÊNDICE G — Vista diagonal lateral



APÊNDICE H — Vista da feira gastronômica

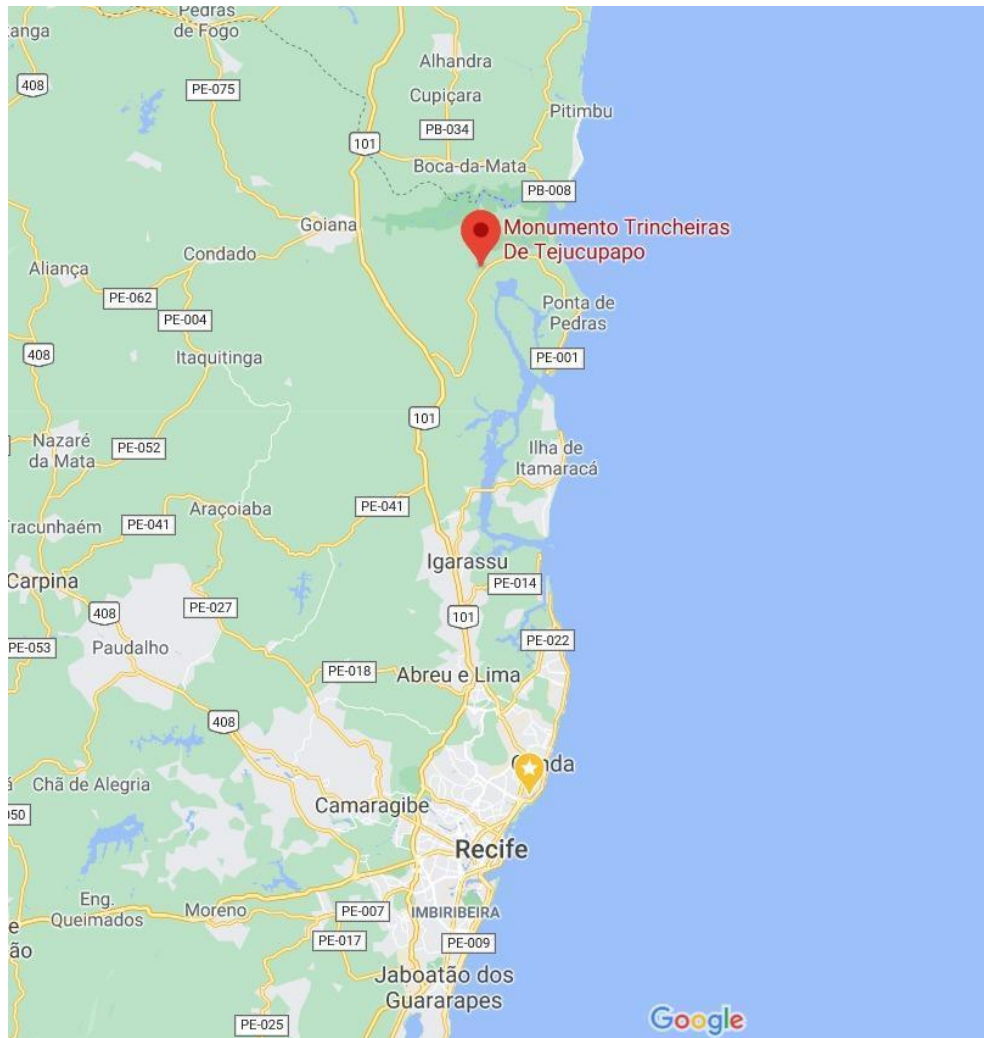


APÊNDICE I — Tendas de recreação e atendimento ao turista



ANEXO

ANEXO A — Mapa da localização geográfica da cidade de Goiana em relação ao distrito de Tejucupapo



Fonte: Google Maps (2021)³²

³² GOOGLE, INC. Google Maps. Disponível em: Monumento Trincheiras De Tejucupapo - Google Maps. Acesso em: 03 de mar. de 2021.