

**PROXIMIDADE GEOGRÁFICA, DISTÂNCIA CONCEITUAL: CONCEPÇÕES  
DE PRODUTORES CULTURAIS SOBRE A MEMÓRIA LAMPIÔNICA NAS  
CIDADES DE SERRA TALHADA E TRIUNFO – PE**

**José Ferreira Júnior**

Professor efetivo da Faculdade de Formação de Professores de Serra Talhada  
(FAFOPST);

Doutor em Ciências Sociais, Especialista e Licenciado em História.

[ferreirajunior.jose@yahoo.com.br](mailto:ferreirajunior.jose@yahoo.com.br)

**Janaina Freire dos Santos**

Doutora em Ciências Sociais, Especialista e Licenciada em História.

[Janainasantos1983@hotmail.com](mailto:Janainasantos1983@hotmail.com)

**RESUMO**

Este artigo busca estabelecer discussão sobre as ações dos produtores culturais que atuam nas cidades de Serra Talhada e Triunfo, ambas situadas na Mesorregião do Sertão de Pernambuco e na Microrregião do Pajeú. Discutem-se as intenções de tais agentes relacionadas à memória lampiônica. Suas estratégias e fins. São utilizados fragmentos de entrevistas realizadas nos espaços urbanos citados. Conclui-se que, mesmo havendo proximidade geográfica entre as duas cidades, e também semelhança de objetivo, por parte dos produtores culturais, suas estratégias são diferenciadas.

**Palavras-Chave:** Memória lampiônica, Produtores culturais, estratégias.

**GEOGRAPHICAL PROXIMITY, CONCEPTUAL DISTANCE:  
CONCEPTIONS OF CULTURAL PRODUCERS ON LAMPIÔNICA  
MEMORY IN CITIES OF SERRA TALHADA AND TRIUNFO – PE**

**José Ferreira Júnior**

Professor efetivo da Faculdade de Formação de Professores de Serra Talhada  
(FAFOPST);

Doutor em Ciências Sociais, Especialista e Licenciado em História  
[ferreirajunior.jose@yahoo.com.br](mailto:ferreirajunior.jose@yahoo.com.br)

**Janaina Freire dos Santos**

Doutora em Ciências Sociais, Especialista e Licenciada em História  
[Janainasantos1983@hotmail.com](mailto:Janainasantos1983@hotmail.com)

**ABSTRACT**

This article seeks to establish a discussion about the actions of the cultural producers who work in the cities of Serra Talhada and Triunfo, both located in the Meso region of Sertão de Pernambuco and in the Pajeú Microregion. The intentions of such agents related to lantern memory are discussed. Your strategies and purposes. Fragments of interviews are used in the urban spaces mentioned. It is concluded that, even though there is a geographical proximity between the two cities, and also similarity of objective, by the cultural producers, their strategies are differentiated.

**Key words:** lantern memory, cultural producers, strategies.

As cidades pernambucanas de Serra Talhada e Triunfo situam-se na Microrregião do Pajeú, na Mesorregião do Sertão de Pernambuco. Distam trinta e sete quilômetros uma da outra. Diferem na questão climática, pois embora estejam ambas no espaço do clima semiárido, Triunfo vivencia o fenômeno da altitude, fato que a faz gozar do clima de montanha e, nesse expediente, diferenciar-se de Serra Talhada<sup>1</sup>.

As cidades citadas são palcos de atuação de produtores culturais que, no referente à figura de Virgulino Ferreira da Silva, o Lampião, tido como o Rei do Cangaço, exteriorizam representações que, embora convirjam para um objetivo comum, o econômico, divergem no que concerne à estratégia usada para o alcance desse objetivo.

Este artigo tem como objetivo mostrar como ocorrem as ações dos produtores culturais que atuam nas cidades pernambucanas citadas. O seu conteúdo, em parte, é fruto de pesquisa realizada quando da construção dos textos dos nossos estudos de mestrado e doutorado<sup>2</sup>, voltados para a memória lampiônica e o uso que dela se faz no médio Pajeú pernambucano.

### **Serra Talhada: Lampião, a mercadoria que “vende” a cidade**

Os dias atuais mostram no espaço serratalhadense o uso aberto da memória de Lampião. Há eventos diversificados que aludem ao cangaceiro direta ou indiretamente, como, por exemplo, Tributo a Virgulino – A Celebração do Cangaço, Encontro Nordestino de Xaxado, Cangaço Rock Fest e O Massacre de Angicos – A Morte de Lampião.

Todavia, o hoje é fruto de uma construção que remonta à década de 1970, quando na cidade vizinha, Triunfo, foi fundado, em 1975, o Museu do Cangaço, algo inédito na região, como afirma Anildomá Willians de Sousa, produtor cultural local e conhecido popularmente como Domá, doravante aqui assim chamado:

Em 1975, lá foi criado o Museu do Cangaço, no Lar Santa Elizabete. Em Serra Talhada não se falava nada sobre Cangaço. **Triunfo partiu na frente.**

---

<sup>1</sup> Em Triunfo se encontra o Pico do Papagaio, ponto de maior altitude de Pernambuco, com 1260 m;

<sup>2</sup> A apropriação da memória lampiônica como elemento de construção da identidade de Serra Talhada – PE (UFCG/2010) e Serra Talhada X Triunfo: a disputa da memória de Lampião no médio Pajeú pernambucano (UFCG/2014);

Então, lá foi criado o Museu do Cangaço. Era um pequeno museu, mas muito bem mostrado. (Negritos nossos). (FERREIRA JÚNIOR, 2010, p. 73)<sup>3</sup>

Este fato causou indignação em jovens serratalhadenses, que à época compunham um grupo de teatro denominado Teatro Amador de Serra Talhada – TAST. A indignação se revela nas palavras de um dos componentes do TAST, Tarcísio Rodrigues, no fato de ter Triunfo ter se apropriado de algo pertencente a Serra Talhada:

O TAST, naquela época, estava em plena atividade e foi extremamente contra. Só que éramos um bando de meninos e ninguém deu ouvidos. **Nós achávamos uma injustiça Triunfo está montando um museu do cangaço quando a terra de Lampião era aqui [...]** Então, na época, a gente foi muito contra esse museu do cangaço em Triunfo. (Grifos nossos). (FERREIRA JÚNIOR, 2010, p. 73)<sup>4</sup>.

À indignação dos jovens artistas serratalhadenses relacionada a vanguardismo triunfense seguem ações outras que confluem no fato de buscarem dar à memória de Lampião novos contornos, ou seja, principia-se um processo de ressignificação memorial lampiônica, verificado nas realizações de ações como a protagonizada por Domá, quando montou uma peça teatral, denominada *A Chegada de Lampião no Inferno*, que, segundo ele próprio, objetivava dar novos contornos à imagem do Rei do Cangaço:

Como não tínhamos nenhum texto de teatro que fosse compatível com as nossas condições financeiras para montar um espetáculo grandioso, **nós pegamos um texto nosso chamado “A Chegada de Lampião no Inferno”,** que foi baseado na literatura de cordel, já que o personagem central era Lampião [...] **Foi o primeiro trabalho que nós imaginamos ser Lampião. Vamos resgatar a imagem de Lampião em Serra Talhada.** (Grifos nossos). (FERREIRA JÚNIOR, 2010, p. 74)<sup>5</sup>.

Depois, já em 1986, o vereador Expedito Eliodório, conhecido como Louro Eliodório, confecciona um projeto de Lei e o leva à apreciação de seus pares, de quem consegue aprovação do que veio a ser a Lei Municipal nº 621 de 19 de dezembro de 1986. No texto da referida Lei, o vereador deixa clara a sua intencionalidade de se trazer à lembrança aquilo que, segundo ele, vivenciava o descaso: personagens principais da história de Serra Talhada, dentre eles, Lampião. Veja-se o excerto da referida Lei:

---

<sup>3</sup> Entrevista realizada com Anildomá Willians de Souza, em 14/04/2009;

<sup>4</sup> Entrevista realizada com Tarcísio Rodrigues, em 14/08/2009;

<sup>5</sup> Entrevista realizada com Anildomá Willians de Souza, em 14/04/2009;

A terra que à nação lançou homens, entre outros, da estirpe dum Agamenon Magalhães e **Virgulino Ferreira da Silva (Lampião)**, vegeta no limbo da insensibilidade. Pouco ou nada foi realizado a fim de que se arrancasse dos terreiros desolados dos seus filhos o joio da desinformação sobre suas origens; sua casa; sua memória [...] Nem tudo está perdido. Em toda a perdição sempre resta algo para servir de testemunho, de memória ao que se perdeu e ao que sobrou. (CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE SERRA TALHADA, 1986). (Grifos nossos).

A partir de então, passa a existir, mediante a ação de grupos específicos, o início da construção de uma nova concepção sobre os valores do cangaço e sobre a personalidade de Lampião em Serra Talhada. Passa-se a dar à figura de Lampião valorização, fato que coloca sua memória em contraposição ao discurso que, até então, prevalecera acerca dela, em Serra Talhada: a de bandido sanguinário (FERREIRA JÚNIOR, 2010).

Este agir capitaneado por produtores culturais serratalhadenses pode se encaixar naquilo que se chama deslocamento de imagem (HALL, 2010), visto que da condição de mero facínora o cangaceiro é ascendido à de patrimônio cultural municipal. Pode-se considerar tal procedimento uma transgressão da lei do lugar (CERTAU, 2011).

Feitas essas ações referentes à memória lampiônica, em 1987 é fundada a Casa da Cultura de Serra Talhada, fato que realiza a idealização do TAST. Esse acontecimento é, quando examinado mais detidamente, o divisor de águas à ressignificação que experimentará a memória lampiônica no espaço serratalhadense. Trata-se do agir oficial no referente à comercialização da memória de Lampião no espaço citado. A afirmação feita por Tarcísio Rodrigues, presidente da instituição citada à época da sua fundação e à época da entrevista abaixo, corrobora com o que aqui é dito:

**A casa vivia procurando um mote pra vender Serra Talhada turisticamente.** Vivíamos procurando esse mote. Antes nós fizemos a Missa do Poeta, após a morte de Zé Marcolino<sup>6</sup>, que era conselheiro da Casa também. Fizemos três edições ainda, mas descobrimos que a Missa do Poeta não era o mote ideal. **Não vendia como nós queríamos.** E Serra Talhada é berço de Virgulino Ferreira e a gente, como pesquisadores, a gente sabia que Virgulino era pesquisado no mundo inteiro. **A gente estava ali, vendo o**

---

<sup>6</sup> Zé Marcolino, poeta, cantor e compositor, autor de sucessos como “sala de reboco”, gravada por Luiz Gonzaga e vários outros nomes da música brasileira. Paraibano de origem, erradicado em Serra Talhada e falecido em 1987. (Nota do autor);

**filão, passar despercebido, sem ser utilizado** (FERREIRA JÚNIOR, 2010, p. 75)<sup>7</sup>.

Dentro desse contexto de busca por algo que promovesse visibilidade à cidade, que vendesse a cidade, como afirma o entrevistado acima, surge a ideia, por parte de um artista plástico local, Juracy Jussé, de colocar em praça da cidade três pequenas estátuas confeccionadas por ele: Lampião, Maria Bonita e Corisco. A intencionalidade do artista encontrou resistência proveniente de vozes de pessoas pertencentes a famílias historicamente inimigas de Lampião.

A polêmica avultou-se e, buscando dar-lhe fim, surge a ideia de se fazer um plebiscito sobre a questão, cuja pergunta era: você concorda que se coloque estátua de Lampião em praça pública? A realização do plebiscito ficaria a cargo da Casa da Cultura. Para incrementar o acontecimento, foi lançado o slogan “*Nem herói nem bandido, Lampião é história*”. De acordo com os organizadores do evento, o slogan era uma maneira de se contrapor ao discurso midiático que alardeava estar Lampião sendo julgado em Serra Talhada, pondo-se em votação *seu heroísmo ou seu banditismo*.

Passava a existir, dessa forma, outra conotação dada ao plebiscito (FERREIRA JÚNIOR; SOARES, 2012, p. 10). Isso se verifica nas palavras de Tarcísio Rodrigues:

A pergunta do plebiscito era a seguinte: você aceita uma estátua de Lampião na cidade? Você votava sim ou não. A imprensa deturpou: Lampião está sendo julgado se é herói ou bandido. A imprensa foi quem criou e não deu pra gente tirar. Por mais que a gente fosse pra imprensa dizer: só estamos perguntando a população se quer uma estátua ou não. Isso não adiantou. A própria população foi na da imprensa e achou que estava julgando ser Lampião herói ou bandido. Mas, a “pergunta no plebiscito era essa: aceita ou não a estátua”. (Os negritos são nossos). (FERREIRA JÚNIOR, 2010, p. 42)<sup>8</sup>

Depois de muita controvérsia, ameaças, debates em rádio local e outras coisas mais, o plebiscito ocorreu em 7 de setembro de 1991. As urnas disseram que 79% dos votantes queriam uma estátua de Lampião em praça da cidade (SOUZA, 1995).

---

<sup>7</sup> Entrevista realizada com Tarcísio Rodrigues, em 14/08/2009;

<sup>8</sup> Entrevista realizada com Tarcísio Rodrigues, em 05/01/2009;

Todavia, o que se expressou nas urnas não se constituía elemento demonstrador da opinião de toda Serra Talhada. Ao contrário do alardeio midiático, o chamado “heroísmo lampeônico” era algo que não encontrava repercussão local. A disparidade entre o que se anunciava e o que se vivenciava era clara. Não foram poucas as vozes contestadoras do resultado. Vozes que, em grande parte, eram advindas de pessoas que, direta ou indiretamente, foram vítimas de Lampião (FERREIRA JÚNIOR, 2010).

Mesmo tendo havido a anuência da maioria dos votantes, a estátua de Lampião não foi colocada em praça da cidade. A justificativa oficial foi a de não haver verbas para a construção da estátua. Todavia, o receio de retaliações por parte dos inimigos da ideia de se homenagear Lampião com uma estátua foi elemento significativo no referente à frustração do plano dos produtores culturais.

A partir de então, iniciou-se o processo de ressignificação por que passaria a memória de Lampião. Ou seja, dava-se início à construção de uma nova memória alusiva a Lampião (POLLAK, 1992)<sup>9</sup>. Desse modo, “a contraposição àquilo que foi dito pelo plebiscito serviu como mola propulsora ao empenho que passou a existir em dar a Lampião uma nova imagem em Serra Talhada (SCHWARTZENBERG, 1978, p. 13)<sup>10</sup>.

Nesse momento, ano de 1994, entra em cena a pessoa do produtor cultural Anildomá Willans de Souza, mais conhecido por Domá, à época Diretor Municipal de Cultura, que começa a empreender a construção de um cenário, onde a imagem de Lampião, gradativa e progressivamente, experimentará transformação, ou seja, será ressignificada, visto que, da condição de mero facínora, o cangaceiro será elevado ao status de promotor de visibilidade ao espaço serratalhadense, irá se constituir em elemento promotor de atratividade turística e, por conseguinte, trará geração de renda para a cidade.

---

<sup>9</sup> Memória construída é uma categoria discursiva proveniente de Michael Pollak, em “**Memória e Identidade Social**”. Formula o sociólogo austríaco que a memória possui elementos constitutivos e são eles: 1) Acontecimentos vividos pessoalmente; 2) Acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer; 3) Personagens; 4) Lugares e 5) Organização em função das preocupações pessoais e políticas do momento. Este último elemento constitutivo “mostra que a memória é um fenômeno construído”. (POLLAK, 1992, p. 204);

<sup>10</sup> Imagem aqui é considerada segundo Roger Gerard Schwartzberg, em “**O Estado Espetáculo**”, que trabalha com a noção de uma imagem construída, uma “imagem de marca” que se destina à venda” (SCHWARTZENBERG, 1978, p. 13).

As ações de Domá, enquanto produtor cultural, vão acontecendo de maneira crescente. Em 1994, cria o slogan “Serra Talhada, Capital do Xaxado”, principiando uma nova tradição, que substituiu a de “Capital Tricampeã da Beleza Feminina”<sup>11</sup> (HOBSBAWN; RANGER, 2002). Ainda no ano citado, inventa o “Tributo a Virgulino” e cria a “Fundação Cultural Cabras de Lampião” e, ligado a ela, o “Grupo de Xaxado Cabras de Lampião”, hoje conhecido nacional e internacionalmente.

No ano 2000, a Fundação Cultural Cabras de Lampião passa a administrar, através de contrato de comodato, o *Sítio Passagem das Pedras*, lugar onde nasceu Lampião, transformando-o em um lugar de memória (NORA, 1993). Em 2002, cria o Festival Nordestino de Xaxado e, por fim, cria em 2012 um teatro ao ar livre, “O Massacre de Angicos”, que se encontra em sua sétima edição seguida, ficando atrás, em importância, somente do que ocorre na cidade de Brejo da Madre de Deus, a encenação da Paixão de Cristo.

É também da autoria de Domá a coleta de assinaturas, que resultou em projeto de lei, que deu o nome de Virgulino Ferreira da Silva (Lampião) à rua onde reside. Coube-lhe, também, a idealização de um projeto de lei, levado à Assembleia Legislativa de Pernambuco (ALEPE), pelo deputado Nelson Pereira, do PC do B, que nomeou a estrada PE – 390, que liga as cidades de Serra Talhada e Floresta, de Rodovia Estadual Virgulino Ferreira da Silva.

Passados pouco mais de vinte anos, logrou êxito a intencionalidade dos produtores culturais serratalhadenses, em particular, as ações de Domá, em promover visibilidade à cidade e, nas palavras de outro deles, Tarcísio Rodrigues, “vender a cidade” (FERREIRA JÚNIOR, 2010, p. 75).

Hoje há a Casa do Artesão, onde são vendidas, em sua grande maioria, pequenas esculturas alusivas ao cangaço e especialmente Lampião, que promove renda a número significativo de pequenos artesãos. Há na cidade o Museu do Cangaço, funcionando desde 2006, sob a administração da Fundação Cultural Cabras de Lampião, que

---

<sup>11</sup> Tradição decorrente do fato de Serra Talhada ter dado a Pernambuco três misses, nos anos 1974, 1975 e 1976;



promove emprego a várias pessoas, além de possuir acervo considerável sobre as coisas do cangaço e, principalmente Lampião.

Somado a tudo isso, há uma farta literatura lampiônica de autoria de pessoas que habitam em Serra Talhada. Nesse empreender literário lampiônico, destaca-se Domá, com cinco livros escritos, sendo o último, em maio de 2018, *Lampião e o Sertão do Pajeú*.<sup>12</sup> Ademais, estabelecimentos locais levam o nome do cangaceiro, como bares e pousadas e, de um time de futebol da cidade, o cangaceiro se faz mascote. A cidade pertence à Rota do Cangaço e Lampião, um projeto turístico do Governo pernambucano.

### **Triunfo: Lampião, elemento que agrega valor à venda da cidade**

Diferentemente do que ocorre em Serra Talhada – onde a memória lampiônica é o que se vende –, em Triunfo a mercadoria é a cidade com o seu em torno, ou seja, as bezenças naturais promovidas pelo clima, relevo e hidrografia privilegiados formam um pacote que é oferecido aos turistas.

A memória lampiônica funciona como o algo mais oferecido ao turista como um adendo àquilo que a natureza prodigiosamente tem a lhe oferecer. Ou seja, Lampião em Triunfo, de maneira simbólica, promove valorização aos serviços oferecidos aos de fora, agregando valor ao que já existe e, dessa forma, viabilizando um salto de qualidade em uma ou mais características do produto ou serviço, que de fato são relevantes para a escolha do consumidor.

Desse modo, ao turista chega o usufruto de uma espécie de capital simbólico (BOURDIEU, 2005), ou seja, ele pode se vangloriar de ter estado, por exemplo, no quarto em que Lampião dormiu, quando das diversas vezes que frequentou a Casa

---

<sup>12</sup> Os demais livros são: *Lampião, o comandante das caatingas* (1995); *Xaxado, a dança de guerra dos cangaceiros de Lampião* (1999); *Nas pegadas de Lampião* (2000); *Lampião: nem herói, nem bandido – a história* (2003);

Grande das Almas<sup>13</sup>, como é dito pelos guias que o conduz ao local citado. O acesso à Casa Grande das Almas é gratuito. Tal fato, somado à beleza do casarão; à mobília, louça e prataria do interior do imóvel e, principalmente, à mística que a memória lampiônica reflete sobre o local, revela-se como elemento instigador à visita dos que chegam à cidade e, também, como estímulo a um novo retorno ao local.

Ainda na zona urbana, outro atrativo perpassado pela memória lampiônica é o Museu do Cangaco e da Cidade de Triunfo, inaugurado em 1975 e tido como o primeiro do país. Diferentemente do que ocorre na Casa Grande das Almas, o acesso ao museu não é gratuito. Também se observa uma significativa quantidade de pequenas lojas de artesanato e, uma visita feita a tais lojas percebe-se que a predominância de fabrico artesanal é centrada na tradição dos *caretas*, símbolo da cidade<sup>14</sup>, porém, não há, em tais espaços, esquecimento da memória lampiônica, ou seja, há venda de artesanato alusivo a Lampião.

Esta justaposição entre *caretas* e Lampião ainda que sirva a um fim determinado, gerar receita, não é algo que promova reflexo positivo entre os cidadãos triunfenses. Na opinião de Cláudio Henrique Inácio Viana, estudante e comerciante triunfense, o discurso que afirma ter sido Lampião um turista especial, fato que justifica, segundo os produtores culturais locais, a materialização de sua memória em artefatos artesanais, não encontra respaldo para a sua sustentação, visto que, segundo o comerciante:

Não concordo, pois pra mim lampião não era turista, ele nunca vinha aqui para passeios ou visitas, na verdade, ele como excelente estrategista tinha Triunfo como rota de fuga entre os Estados de PE/PB. Acredito que por esse motivo ele não provocava conflitos entre a população local ou os policiais. (FERREIRA JÚNIOR, 2014, p. 129)<sup>15</sup>

Percebe-se a declaração do comerciante perpassada pela racionalidade, quando confere ao cangaceiro postura pragmática no referente às suas estadas na cidade. Cláudio Henrique reproduz o que diz Clemente (2003), que lembra ter existido durante

---

<sup>13</sup> Casarão construído exatamente na divisa dos estados de Pernambuco e Paraíba. Parte da casa esta em Pernambuco e parte, na Paraíba;

<sup>14</sup> Os *caretas* são figuras satíricas que transformam o carnaval de Triunfo em um dos mais irreverentes do Estado. Segundo alguns estudiosos, a origem da festividade não faz parte do período carnavalesco, mas do Natal, quando dois Mateus de um reisado, em 1917, embriagaram-se durante a apresentação e foram proibidos de participar da manifestação. Inconformados, eles vagaram fantasiados pelo município, fazendo barulho com um chocalho e inaugurando a brincadeira. (NORDESTE.COM).

<sup>15</sup> Entrevista realizada com Cláudio Henrique Inácio Viana, estudante e comerciante, em 20/09/2012;

significativo espaço de tempo a inviolabilidade das divisas dos estados brasileiros, fato que não permitia a uma volante atuar em espaço que não fosse o de sua jurisdição. Disso tirava proveito Lampião, porquanto Triunfo situa-se na linha limítrofe dos estados de Pernambuco e da Paraíba.

No espaço rural também é verificada a justaposição da memória lampiônica aos atrativos naturais que são apresentados aos turistas triunfenses. Uma das três cachoeiras do lugar<sup>16</sup>, a *Cachoeira do Grito* – assim chamada porque distante se ouve o “grito” que a queda d’água nas rochas provoca, é possuidora de cinco quedas e forma um pequeno lago de doze metros de comprimento por cinco metros de largura, tornando-se lugar aprazível para banho – é tida como lugar escolhido por Lampião para banhar-se e nadar, quando de suas estadas em Triunfo.

Para o turista, a *Cachoeira do Grito* é possuidora de atributos significativos, visto que, além da beleza que porta em si, é perpassada por um quê de misticismo, uma vez que a Lampião e a seu bando serviu de lugar de lazer. Isto é revelado na declaração de Antônio Luís de Paiva Neto, visitante paulistano, quando diz:

É fantástico, mano! O lugar é lindo e a água é fria e limpa. *Além disso, poderei dizer aos meus amigos que nadei onde nadou o Rei do Cangaço! Não é demais?! Vou recomendar o lugar aos meus amigos. Vou matá-los de inveja!* (Itálicos são nossos) (FERREIRA JÚNIOR, 2014, p. 132)<sup>17</sup>.

Além do deslumbramento causado pela paisagem natural, principalmente quando pela primeira vez se acessa o lugar, a análise do conteúdo da declaração do visitante revela sua satisfação em ser possuidor de algo que seus amigos não possuem. Ou seja, a postura extasiada do turista não se resume ao fato de ter estado e nadado em uma cachoeira, pois a queda d’água não é exclusividade do espaço triunfense (o próprio Sudeste, seu lugar de origem, é possuidor de lugares semelhantes àquele onde se encontra a cachoeira em discussão), mas em ter se banhado onde Lampião se banhou.

Desse modo, ao se expressar nos termos negritados acima, o informante revela-se possuidor de um diferencial, que o distingue dos demais turistas pertencentes ao seu círculo de relacionamento, promovendo-lhe prestígio ante seus pares. Pode-se afirmar

---

<sup>16</sup> As outras duas cachoeiras são a do Brocotó e a do Pinga (Nota do autor);

<sup>17</sup> Entrevista realizada com Antônio Luís de Paiva Neto, turista paulistano, em 23/09/2011;

ser o informante citado possuidor de capital simbólico, cuja posse permite um (re) conhecimento imediato da dominação do elemento que o possui sobre os demais elementos do campo, ou seja, a detenção de um poder simbólico (BOURDIEU, 2010).

Diante do que ocorre no espaço triunfense, percebe-se ser dada à memória lampiônica um destaque secundário no referente à questão econômica. Ou seja, o que se vende em Triunfo, turisticamente falando, é a própria cidade de triunfo, com seus atrativos naturais e artificiais. A memória lampiônica é utilizada como reforço, como um serviço a mais, oferecido ao turista, como um elemento promotor de agregação de valor à mercadoria principal, que é a própria cidade.

### **Considerações Finais**

Verificando-se o usufruto da memória lampiônica na satisfação da demanda econômica serratalhadense e triunfense, claro deve ficar que, ainda que em ambos os lugares haja a mercadorização dessa memória, ou seja, ainda que a finalidade seja a mesma, a maneira como se lança mão desse bem cultural é diferenciada nos espaços citados.

Assim, em Serra Talhada o que se vende é a memória lampiônica. O turista “compra Lampião”, a memória ressignificada lampiônica é a mercadoria oferecida ao visitante. Em Triunfo, por sua vez, não ocorre dessa forma. O que se vende na cidade serrana é ela própria – clima, relevo, vegetação, hidrografia –, sendo a memória lampiônica ali utilizada como elemento agregador de valor ao produto que se oferece.

As ações protagonizadas pelos produtores culturais triunfenses e serratalhadenses se constituem objeto que se revela rico a investigações. O que se realizou nesta pesquisa foi somente a exploração de uma pequena parte dessa riqueza que, estamos certos, não lhe esgotou no que porta em si mesma.

## REFERÊNCIAS

CERTEAU. Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis. Vozes 2011.

CLEMENTE, Marcos E. de A. **Lampiões acesos: a Associação Folclórica e Comunitária dos Cangaceiros de Paulo Afonso, BA e os processos de constituição da memória coletiva do cangaço (1956-1998)**. Campinas. Dissertação de Mestrado. UNICAMP. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. 2003.

FERREIRA JÚNIOR. J. **A apropriação da memória lampiônica na construção da identidade de Serra Talhada**. Dissertação de Mestrado. PPGCS. Universidade Federal de Campina Grande – UFCG. Campina Grande – PB. 2010.

FERREIRA JÚNIOR, J. SOARES, Cristiano E de C. **O Papel da Mídia na Invenção e Venda da Memória de Lampião em Serra Talhada – PE**. XV ENCONTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DO NORTE E NORDESTE e PRÉ-ALAS BRASIL. 04 a 07 de setembro de 2012, UFPI, Teresina-PI.

FERREIRA JÚNIOR, J. **Serra talhada x Triunfo: a disputa da memória de lampião no médio Pajeú pernambucano**. Tese de Doutorado. PPGCS. Universidade Federal de Campina Grande – UFCG. Campina Grande – PB. 2014.

HALL. Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A. 2010.

HOBSBAWM. Eric; RANGER. Terence. **A Invenção das Tradições**. São Paulo: Paz e Terra. 2002.

NORA. Pierre. **Entre memória e história: a problemática dos lugares**. São Paulo: Educ. 1993.

POLLAK. Michael. Memória e Identidade Social. In: **Estudos Históricos**. Rio de Janeiro, volume 5. nº 10, 1992, p. 200 – 212.

SCHWARTZENBERG. Roger G. **O Estado Espetáculo**. Rio de Janeiro: Difel. 1978.

SOUZA. Anildomá W. **Lampião: o comandante das caatingas**. Serra Talhada: Esdras Graphic, 1995.

Recebido em 30 de maio de 2018

Aprovado em 18 de junho de 2018