



Folia dos Papangus de Bezerros (PE): um estudo empírico da participação na Associação de Artesãos de Bezerros sob as lentes da folkcomunicação¹

Eliana Maria de Queiroz RAMOS²

Betânia MACIEL³

Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Recife, Pernambuco.

Resumo

O presente artigo visualiza o artesanato como elemento de turismo cultural e desenvolvimento local de Bezerros (PE) mediante o estudo da Folia dos Papangus, especificamente a Associação de Artesãos de Bezerros. Trata-se de uma pesquisa empírica que analisa o grau de participação deste ator social tendo em vista o desenvolvimento local sob as lentes da folkcomunicação. A pesquisa sinaliza que para haver um desenvolvimento local em todas as suas dimensões seria necessária uma melhora significativa no grau de envolvimento e participação dos próprios artesãos, tendo em vista uma negociação de suas identidades como novos agentes sociais de mudança.

Palavras-chave

Papangu; Participação; folkcomunicação; turismo cultural; desenvolvimento local

O presente artigo visualiza o artesanato como elemento de turismo cultural e desenvolvimento local de Bezerros (PE) mediante o estudo da Folia dos Papangus, especificamente a Associação de Artesãos de Bezerros (AAB) sob as lentes da folkcomunicação. Trata-se de uma pesquisa empírica⁴ envolvendo coleta de dados que analisa o grau de participação deste ator social tendo em vista o desenvolvimento local.

Desenvolvimento local entendido conforme Paulo de Jesus (2003 in: CATTANI) como um processo que mobiliza pessoas e instituições locais, criando oportunidades de trabalho e de renda, superando dificuldades para favorecer a melhoria das condições de vida da população local, num esforço localizado e concertado mediante parcerias entre os diversos atores sociais, buscando a valorização do endógeno e estimulando a participação cidadã.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e pesquisadora da Rede de Estudo e Pesquisa em Folkcomunicação Rede Folkcom Gestora em Turismo cultural pela Escola Superior de Relações Públicas de Pernambuco, jornalista e radialista.

³ Professora Doutora da Pós-graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da UFRPE, presidente da Rede de Estudo e Pesquisa em Folkcomunicação (Rede Folkcom) e orientadora deste trabalho.

⁴ O termo empírico é proveniente do grego *empeirikos* e designa o conhecimento que se guia pela experiência, ou seja, pode ser um tipo de conhecimento adquirido diretamente da aprendizagem (escola grega), o debate de ideias (filosofia), e de acordo com a acepção do empirismo semântico, do início do sec. XX, quando se sai de discussões ontológicas (ser) para o plano epistemológico (conhecimento). (MARTINO, 2010)



Um dos motivos de turismo cultural - que é aquele empreendido por motivação cultural e sempre sob a ótica do turista - são as festas e entre as festas populares e religiosas temos o carnaval com concursos de fantasias de papangu - uma espécie de mascarado - , desfile de blocos, trios elétricos e troças.

Bezerros tem se destacado como Terra dos Papangus, uma brincadeira de carnaval, onde mascarados vão à casa de amigos e parentes a pé, de carro, de bicicleta, motos e até cavalos para chacotear os donos da casa e receber comida (angu), moedas, bebidas. A partir de 1990, a Folia de Papangu atraiu o interesse da mídia. A divulgação incentivou o turismo via Programa Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT (1994 a 2002) como estratégia de desenvolvimento do município. Atualmente está em vigor o Programa de Regionalização do Turismo.

O papangu é visto como patrimônio cultural imaterial e como um meio de identidade cultural, mas sofreu hibridizações para se fazer mercadoria ante a globalização. Andrade (2004, p. 82) chama a atenção para o fato de a Folia do Papangu representar ao mesmo tempo espetáculo - ao qual estaria ligado o turismo doméstico institucionalizado⁵, no qual o público é atraído pelos veículos de comunicação massivos - e celebração, quando se dá o turismo doméstico espontâneo⁶, e o público que a procura torna-se ator do espetáculo que se identifica “com os momentos vividos naquele tempo e naquele espaço”.

Folia do Papangu: desenvolvimento, associativismo e participação

A espetacularização do carnaval de Bezerros é uma invenção do PNMT como estratégia de desenvolvimento, utilizando estratégias de comunicação. Também o papangu ativa o turismo cultural, combatendo a pobreza, incrementando a renda da população do interior. A escolha da Associação de Artesãos de Bezerros se deveu ao fato de ela ter sido implementada na terceira fase do PNMT no município de Bezerros, quando houve uma compreensão do turismo como atividade econômica, levando ao planejamento de potencialidades locais, com estímulo às atividades de dança e confecção de máscaras, quando a cidade obteve reconhecimento no âmbito nacional (MELO, 2005, p.92).

⁵ Por turismo doméstico institucionalizado se entende a forma de organização do turismo em que autoridades políticas, empresariais e a comunidade lançam projeto de incremento turístico baseado em formas de 'turismo espontâneo' como forma de dinamizar a economia local. (ANDRADE, 2004, p.23).

⁶ Por turismo doméstico espontâneo entende-se a forma de organização das práticas turísticas desenvolvidas e orientadas pela comunidade local. (ANDRADE, 2004, p.22).



Destacamos neste trabalho a importância das parcerias, uma vez que Santos (2002) compreende a globalização como uma passagem de modelo de regulação social baseado no papel do Estado para outro baseado nas parcerias e outras formas de associação entre organizações governamentais, para-governamentais e não-governamentais, nas quais o aparelho de Estado tem apenas tarefas de coordenação. Daí o estímulo a iniciativas de desenvolvimento local não só no nosso Estado, mas no mundo todo, pois aborda o desenvolvimento em suas múltiplas dimensões: econômica, humana, política, ambiental, cultural e social.

Por isso, o desenvolvimento local depende muito da interação e articulação dos diversos atores sociais e econômicos, institucionais públicos e privados (JARA, 2001). Neste sentido, requer um novo contrato social entre o Estado e a sociedade civil, necessitando para isso o aumento da capacidade de negociação da população local e o melhoramento da qualidade do associativismo e da participação, através da construção de instâncias de participação social (ANDRADE NETO, 2007, p.31)

Para Oliveira (2006), “associativismo é uma forma de organização social, econômica e produtiva bastante diversificada e praticada através de nuances complexas, no contexto da realidade brasileira” (OLIVEIRA, 2006, p.154). Ela reforça que:

É importante entender que o associativismo se refere ao modo de organização de grupos e o desenvolvimento local (DL) se refere às formas de desenvolvimento de uma determinada comunidade. Ambos se complementam por se fundamentarem em sistema de valores comuns, por se implicarem em formas produtivas ou não, visando à melhoria da qualidade de vida, dentro de um processo de organização sociopolítica, econômica e educacional. (OLIVEIRA, 2006, p. 168)

Dentro deste pensamento nem toda experiência local de desenvolvimento pode ser considerada desenvolvimento local porque este pressupõe ações participativas que envolvam o fortalecimento do capital humano⁷ e do capital social⁸.

A partir da união entre os dados empíricos da manifestação cultural no contexto em que ela ocorria e os conceitos da teoria folkcomunicacional, configuramos o problema: como são feitas as parcerias na AAB? Há participação dos artesãos nas decisões?

Esta proposta de pesquisa foi trabalhada dentro de uma abordagem qualitativa, que para Minayo (2004), é uma interpretação da realidade dentro de uma visão

⁷ O capital humano corresponde aos recursos humanos em condições de resolver com adequação e eficácia a diversidade de problemas colocados pela sociedade e com capacidade de empreender processos produtivos integradores e equitativos (JARA, 2001, p.100).

⁸ O capital social estrutura-se na capacidade de auto-organização, com vínculos solidários, colaboração horizontal, canais de participação, instituições e organizações que estimulam a confiança e a reciprocidade nos relacionamentos entre grupos e atores sociais, formando rico tecido social. Isso resulta em cidadãos empoderados. (JARA, 2001, p.100).



complexa, sistêmica e holística, privilegiando o método de estudo de caso (YIN, 2003) - que é um estudo empírico que investiga um fenômeno em seu contexto real - centrado nos atores sociais de Bezerros. Além da aplicação de entrevistas semi-estruturadas, foram feitas observações sistematizadas. Após uma pesquisa exploratória de construção de teorias para construção do projeto de investigação, bibliográfica e documental, trabalhamos com pesquisa bibliográfica, fichamentos, diálogo entre teoria e objeto de investigação. Fizemos ainda indagações, utilizando resultados de outras pesquisas realizadas, sobre Bezerros e papangu, buscando uma teoria que as sustentasse.

Como instrumentais utilizamos o diário de campo, entrevista semi-estruturada, fotografias, bem como observação participante sistemática com anotações in loco. A pesquisa se dividiu em três etapas:

Na primeira, no carnaval de 2008, houve o registro fotográfico, com observações sistematizadas sobre o local no desfile dos papangus (domingo, 03 de fevereiro) e observações registradas em diário de campo na associação de Artesãos de Bezerros.

Na segunda, em 2009, houve o registro fotográfico da Feira Nacional de Artesanato Fenearte, bem como coleta de material de *folkmarketing*. Na terceira fase, coletamos de 13 a 18 de julho e de 21 a 22 de julho de 2010, material de *folkmarketing*, bem como fizemos visita à Associação de Artesãos de Bezerros (foto 1), participando de sua reunião pós-Fenearte (foto 2), registro em diário de campo, observações sistematizadas e entrevistas semidirigidas com autoridades governamentais, representantes institucionais e comerciais, bem como com os próprios artesãos.

O presidente da associação José Pedro Soares disse que a associação tem uma média de 42 a 43 membros. Destes trabalham com máscaras uns 17. Trabalhamos para esta pesquisa apenas com os artesãos que trabalham com máscaras, ou seja, dos 17 artesãos apontados, entrevistamos 14 que trabalham com papel colê e machê, sendo sete mulheres e sete homens. Foram entrevistados Amaro Arnaldo do Nascimento (Lula Vassoureiro), Leide, Flávio Vieira Dias, Simara Josineide, José Pedro Soares, Severina Josete da Silva, Luiz Carlos da Silva, Genildo Soares de Souza, Cláudio Sérgio da Rocha, Cláudia Dias Costa Silva, José Iraildo Batista, e Murilo Soares de Albuquerque e alguns outros que não quiseram se identificar.



Foto 1: Prédio da AAB durante planejamento do carnaval 2009 (RAMOS, 2009) e Foto 2: Reunião na AAB em 2008 (RAMOS, 2008)

Na inserção da pesquisa qualitativa com o poder público, entrevistamos a assessora de imprensa da Prefeitura de Bezerros Rosa Félix da Silva Lins e a diretora executiva da secretaria de governo Ana Maria da Silva, respectivamente, representando a prefeita atual e a secretária de turismo atual.

Entrevistamos quatro autoridades administrativas e da iniciativa privada: Vera Lúcia Francisca da Silva, coordenadora do Centro de Artesanato de Pernambuco; José Fernando Mariano de Araújo (CEF), irmão de Sivonaldo e presidente da Associação Sivonaldo Araújo; José Robeval de Lima – diretor de cultura e Elk Barreto Silva, turismóloga da Secretaria de Turismo. Os dados foram dispostos em quadros, alguns em forma de pizza não para dar uma dimensão quantitativa, mas para melhor visualização, uma vez que nossa pesquisa foi qualitativa.

Para Trigueiro (2008), na perspectiva contemporânea, o forte dos estudos da folkcomunicação são as observações de campo, do olhar, ou melhor, do enxergar e o escutar os diferentes relatos da cotidianidade dos que habitam as cidades e o campo. “É a pesquisa empírica que possibilita descobrir melhor as intrincadas redes de folkcomunicação infiltradas, cada vez mais, nas redes midiáticas do mundo globalizado” (TRIGUEIRO, 2008, p.147).

Concordamos com Martino (2010, p.147) quando diz que: “o dado empírico depende da teoria, antes de tudo porque ele não aparece de forma isolada, mas configura uma unidade com o problema da teoria”. Segundo ainda este autor é o “nexo com a teoria que caracteriza a pesquisa científica. A pesquisa empírica só pode ser um tipo denexo”. Portanto, a pesquisa exploratória buscou na coleta de dados o uso folkcomunicacional do artesanato atrelado à Folia do Papangu, a fim de gerar informação sobre a realidade específica da manifestação em Bezerros. Porém, a Teoria da Folkcomunicação operou o recorte da realidade, dando sentido a seus elementos,



propondo esquemas de interpretação, dispondo da realidade (MARTINO, 2010) para analisar a situação.

Para ordenar, classificar e analisar os dados coletados, dispusemos da abordagem qualitativa para interpretação da realidade. Como aporte teórico sobre a comunicação, trabalhamos com a Teoria da Folkcomunicação, de Luiz Beltrão, expandida a partir dos estudos do professor Roberto Benjamin, que registram apropriação e mediação dos canais folk pela comunicação de massa, observando suas características e atribuições, para o enriquecimento e o aprofundamento teórico e reflexivo da teoria folkcomunicacional e sua interdisciplinaridade, constituindo, desta forma, o papangu nosso *corpus* de análise.

Bezerros: terra do papangu

Localizado na mesorregião do agreste pernambucano e na microrregião do Vale do Ipojuca, Bezerros possui uma área de 493 Km² (IBGE, 2010) e representa 0,55% do Estado pernambucano, limita-se ao norte com Cumaru e Passira; ao sul com São Joaquim do Monte e Agrestina; a leste com Gravatá, Sairé e Camocim de São Félix, a oeste com Riacho das Almas e Caruaru. A 102 km do Recife, é formado pelos distritos de Serra Negra, Encruzilhada de São João, Sítio dos Remédios, Boas Novas, Sapucarana e Cajazeiras. O acesso é feito pela BR-232.

O Papangu é uma brincadeira centenária, fruto da interação dos bezerrenses entre si e, agora, com a população excursionista e os turistas culturais. Mais do que um simples mascarado, o papangu é uma brincadeira do interior, que consiste num jogo de identidades, pois durante o carnaval ninguém sabe quem é quem, conforme lembra Andrade:

O sucesso da brincadeira depende do sigilo absoluto, que inclui desde a confecção da máscara, vestimenta e local de troca de roupa, esconder a sexualidade e camuflar a voz e até o jeito de andar. Após vestir-se, ele sai de casa em casa, até ser descoberto, somente depois disso é que ganha o prêmio, que vai desde angu, filhoses, bolo, bebida, o que tiver. (ANDRADE, 2004, p.52)

De forma variada, o papangu evoluiu do tradicional para o estilizado, agregando valores a sua dinâmica simbólica. O que é inegável é que, apesar da transição, continua resistindo como marca cultural e patrimônio de um município.

É inegável o aspecto histórico do papangu de Bezerros, mas o que se observa é:

No carnaval formas e significados veiculados pelos símbolos sofreram reconversões simbólicas. [...] Nos anos de 1970, surgiu o “Papangu moderno”, [...] Aí ele já demonstrava a incorporação do colorido das caftas feitas de chita, que se diferencia do “papangu pobre”[...]. A



nova face do papangu, o moderno, foi tecida graças à criatividade de novos artesãos [...] (ANDRADE, 2004, p.74)

De brincadeira restrita aos moradores que iam de casa em casa, a Folia de papangu passou a dar distinção de valor de uso ao município, transformando-se em principal mercadoria de bens culturais. Foi ressignificada, ganhou cores mais atraentes para o turismo cultural. Como evento, foi planejada, ganhou a rua e saiu das casas e hoje é um espetáculo para turista ver. Passou a ter preço, para quem tem disposição a pagar.

Destacamos ainda neste processo de hibridismo das fases do carnaval de Bezerros o processo de intervenção, tendo em vista o desenvolvimento do município, mediante a introdução da máscara ao estilo do carnaval de Veneza para estilizar o papangu, apesar da existência simultânea do pobre (então mais raro) e do moderno.

Segundo Hobsbawn (1997) as tradições ditadas pelos costumes são processos sociais que sofrem modificações ao longo do tempo e que só sobrevivem por meio de formas de adaptação diversas. Por “tradição inventada” entende-se um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regra tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado (HOBSBAWN, 1997, p.9).

De fato, o Papangu pobre não podia se constituir em símbolo turístico, com aquela cara que assombrava, amedrontava, assustava. Os tempos mudaram. O homem ‘pobre’ nordestino não mais precisava se fazer representar, para o mundo, como homem humilde, rústico e flagelado. O bezerrense busca outras formas de representar, baseado nas condições ou nas conjunturas atuais. E o ‘Turismo institucionalizado’ se constitui em uma das faces da *persona* do Papangu, o estilizado. (ANDRADE, 2004, p. 81).

Folkcomunicação na AAB: do capital humano ao capital social

Nos tempos atuais, a nova abrangência da Folkcomunicação “compreende os procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos” (HOHFELDT, 2008, p.82).

Assim, a Folkcomunicação estabelece a “relação entre as manifestações da cultura popular e a comunicação de massa, a apropriação da tradição popular pelo *mass media* e a apropriação pela cultura popular de aspectos da cultura de massa”



(BENJAMIN, 2008, p.284). Na folkcomunicação, entende-se por apropriação cultural “o ato de tomar para si a cultura do outro, com o objetivo de manter uma comunicação mais efetiva” (KREUTZ, 2007, p.80).

Dentro deste pensamento, concordamos com Carril (2007), quando alega que a gestão de marcas de localidades envolve “criar, manter ou mudar atitudes ou comportamentos em relação a determinados lugares. Assim, cidades, estados, regiões e até nações inteiras competem entre si para atrair turistas, novos moradores, convenções, fábricas e sedes de empresas” (CARRIL, 2007, p.8).

Para a autora, o novo consumidor é mais individual, mais envolvido, independente e bem-informado e mais descrente, presta pouca atenção à publicidade cara e é fortemente influenciado pelo boca-a-boca. Devido à falta de tempo, atenção e confiança, está mais exigente e quer também que a experiência de compra esteja associada ao lazer e diversão. Além disso, o consumidor regional busca uma interação da empresa ou produto com a identidade local. Ao mesmo tempo em que procura produtos de qualidade, esse consumidor dispensa valor aos produtos regionais, produzidos na região, como simples forma de identificação.

Entendendo que as culturas populares são um sistema de valor e forma produtiva da cultura, seguimos na linha de raciocínio de Canclini quando lembra que “as culturas populares aparecem como uma apropriação desigual do capital cultural⁹, a elaboração específica das suas condições de vida e interação conflituosa entre os setores hegemônicos”. (CANCLINI, 1983, p.12).

Estratégias de desenvolvimento local pressupõem, pois, ações integradas – nas esferas econômica, sociocultural, ambiental e político-institucional. (ARNS ET AL, 2002, p.6). Para Jesus (2003) há três abordagens políticas em prol do desenvolvimento local: uma centralizadora de cima, a partir de interesses e visões de técnicos do estado; uma abordagem baseada no desempenho de empresas; e um processo de baixo para cima, com iniciativas a partir da mobilização e participação da comunidade. Este último seria um processo endógeno, que valoriza as potencialidades do lugar e a cultura das pessoas.

Destacamos ainda neste trabalho a importância do capital cultural de forma incorporada¹⁰, porque envolve a socialização. Por isso, concordamos com Hohfeldt

⁹ Segundo Bourdieu (1979), o capital cultural é um ativo da pessoa, transmitido a gerações futuras, que guarda analogia com os demais capitais financeiro, físico, humano, social e natural.

¹⁰ É aquela que é marcada pela facilidade de expressão em público e socialização (REIS, 2007, p.11)



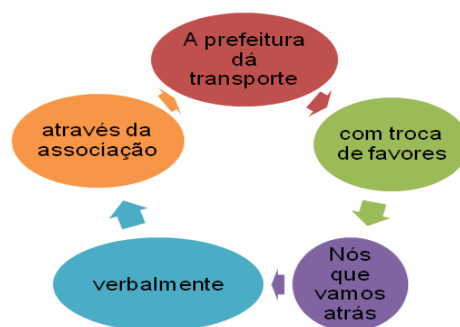
quando lembra que a folkcomunicação torna-se importante na compreensão de fenômenos como “controle social, socialização ou reintegração social que tais práticas promovem e propiciam, porque as práticas comunicacionais populares permitem que os agentes comunitários da comunicação estejam muito mais próximos de suas bases [...]” (HOHFELDT, 2006, p.67).

Participação dos artesãos e capital cultural na Associação de Bezerras:

A participação é uma forma importante de democracia das novas comunidades onde o capital social pauta as relações com a informação e a sociedade do conhecimento. Demo (1996, p. 87) aponta como características participativas da comunidade: a) interpretação do poder como vindo de baixo para cima (detentora do poder); b) em consequência, quem está no poder foi colocado lá pela comunidade; c) quem está no poder deve prestar contas à base; d) todos podem ser indicados ao poder; e) regras comuns do exercício do poder só podem ser mudadas em assembleia geral ou por votação geral.

Procuramos ainda saber dos artesãos se eles participavam das parcerias:

Quadro nº 1: Participação dos artesãos nas parcerias



Durante os eventos. Rosa

- Fundarpe, Gov. do Estado, CEF, Pitú, AAB, Sebrae, Empetur, Secretaria de Turismo do Estado. Ana
- Local é mais fácil. Robeval



É a Fenearte e Fenahall. Eles bancam os estandes e transporte.

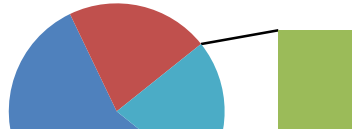
- Só para a Prefeitura: Pitú, SEBRAE, cervejaria, Empetur,
- Banco do Nordeste, Banco do Brasil, que tem sido um parceirão com investimento de 99% diretamente ao artesão (entre mil e 1.500 reais, com juros lá embaixo).



Banco do Brasil (só para os artesãos, com linha de crédito com porcentagem muito boa), com os órgãos do governo, Prefeitura, Fundarpe, AD/ Diper/ Sebrae, Empetur.

Na sequência, algumas respostas dos demais entrevistados:

Gráfico nº 2: Todos participam reuniões?



Considerações finais

Apesar dos esforços feitos individualmente por alguns artesãos, ou em bloco, via AAB, não se pode dizer que este processo de interpretação do poder, de baixo para cima, com iniciativas a partir da mobilização e participação da comunidade, seja significativo, caracterizando o desenvolvimento local. Embora se perceba que há a mobilização de pessoas e instituições locais, criando oportunidades de trabalho e de renda mediante parcerias entre os diversos atores sociais.

Observa-se, pelo contrário, uma sazonalidade nas ações da própria AAB, restrita à época do carnaval, eventos e às feiras de artesanato. No mais, observamos que os artesãos costumam trabalhar de forma individualizada, tendo cada qual seu nicho de mercado definido, atendendo em seus próprios ateliês, cada qual com suas redes sociais de contato.

Mesmo tendo qualidade de capital humano, com bastante diversidade de artesãos e muito talento pessoal, o capital social jaz prejudicado pela falta de relações de confiança entre eles, pelas disputas, malquerenças, ausência de participação em organização sindical e partidária, planejamento participativo, controle de poder e falta de habilidade de negociação, descaracterizando os ideais do associativismo, pois para Bourdieu, a reprodução do capital social é tributária do trabalho de sociabilidade, de trocas e de reconhecimento e de redes produtoras de capital social, que é norteado por essas relações entre indivíduos unidos por normas e valores comuns, objetivando aumento da qualidade e da produtividade.

Também falta na AAB práticas coletivas de organização, mobilização popular, tendo como características inovadoras a passagem de ações individuais para ações coletivas, processos de interação, objetivos comuns, participação popular, ativa,



conscientização das pessoas sobre a realidade na qual estão inseridas (PERUZZO, 2002). Para que isso acontecesse, seria necessária uma reorganização nas formas de agir e pensar dos diversos atores sociais para que o contrato social entre Estado e sociedade civil se estabelecesse mediante canais de negociação para um maior investimento nas pessoas que as compõem e que as legitimam. E que a comunidade e associações entendessem que também são detentoras de poder de participação.

Observamos em Bezerros duas formas de capital cultural: a objetivada¹¹ e a institucionalizada¹² (BOURDIEU, 1979). Assim sendo, o capital social na AAB é prejudicado por esta falta de relações de ajuda mútua, que é o capital social incorporado, somente observada durante as feiras de artesanato, por motivação financeira. Lembramos ainda que o êxito dos objetivos propostos no Programa de Regionalização do Turismo assim como a co-responsabilidade pela tomada de decisões ao longo de sua concepção, planejamento, implementação, monitoria e avaliação estão vinculados ao estabelecimento de uma gestão coordenada e compartilhada das ações. O próprio departamento de turismo e eventos da Prefeitura de Bezerros está vinculado à Secretaria de Desenvolvimento econômico, Turismo e Desportos, que estimula a geração de emprego e renda.

No que diz respeito ao desenvolvimento local, propriamente dito, percebe-se, como diz Jesus (2004), que há em Bezerros uma abordagem política em prol do desenvolvimento local centralizadora de cima, a partir de interesses e visões de técnicos do Estado e do município e uma abordagem baseada no desempenho de empresas. Não percebemos ainda o desenvolvimento local em Bezerros e, sim, econômico.

A questão da gestão política e mudança de administrações também colaboram para a não implantação de um desenvolvimento local, com suas dimensões econômica, humana, política, ambiental, cultural e social conforme entendem Jara, Franco (2001a, 2001b), Arns et al (2002) em prejuízo da formação de um capital social. Para que houvesse um desenvolvimento local endógeno, seria necessária uma melhora significativa no grau de envolvimento e participação dos próprios artesãos, tendo em vista uma negociação de suas identidades como novos agentes sociais de mudança. No que tange à participação na Associação, observa-se na maioria dos artesãos afiliados uma participação passiva (DEMO, 1996).

¹¹ Produtos culturais que uma pessoa possui (REIS, 2007, p.11).

¹² Que diz respeito ao diploma de formação e o valor que o mercado confere. (REIS, 2007, p.11)



Destacamos ainda neste processo de hibridismo a intervenção para criação de um capital social via uso da folkcomunicação e folkmarketing como estratégia de comunicação para o desenvolvimento do município, mediante a introdução da máscara ao estilo do carnaval de Veneza para estilizar o papangu; a divulgação na mídia da origem do papangu pobre via lenda urbana; a mudança da confecção do artesanato em Bezerros; o uso de eventos que se desenvolvem a partir da integração entre o local e o global; a mediação dos canais folk para a recepção da comunicação de massas, presente nas ações de ativismo midiático como o foi Sivonaldo Araújo e líderes de opinião como são Robeval Lima e Lula Vassoureiro, além do próprio Murilo Soares Albuquerque.

Outro objetivo deste trabalho foi analisar como eram feitas as parcerias e se havia participação dos artesãos da Associação de Bezerros nas decisões. Na AAB, apesar da excelente qualidade de capital humano, com bastante diversidade de artesãos e muito talento pessoal, o capital social jaz prejudicado pela falta de relações de confiança entre eles, pelas disputas, malquerenças, ausência de participação em organização sindical e partidária, planejamento participativo, controle de poder e falta de habilidade de negociação, descaracterizando os ideais do associativismo.

Talvez, por se tratar ainda de uma cidade do interior a sociabilidade observada está restrita à comunicação boca a boca, telefonema e ida aos ateliês de cada artesão, mas falta um maior entrosamento na Associação de Artesãos de Bezerros, que envolva práticas coletivas de organização, mobilização popular, tendo como características a passagem de ações individuais para ações coletivas, processos de interação, objetivos comuns, participação popular, ativa, conscientização das pessoas sobre a realidade na qual estão inseridas.

Para que isso acontecesse, seria necessária uma reorganização dos diversos atores sociais para que o contrato social entre Estado e sociedade civil se estabelecesse mediante canais de negociação para um maior investimento nas pessoas que as compõem e que as legitimam. E que a comunidade e associações entendessem que também são detentoras de poder de participação.

Na análise das parcerias e participação dos artesões da Associação de Bezerros nas decisões, observa-se na maioria dos artesões afiliados uma participação passiva. O capital social mostra-se prejudicado por esta falta de relações de ajuda mútua, somente observada durante as feiras de artesanato, por motivação financeira. Observamos em Bezerros duas formas de capital cultural: a objetivada e a institucionalizada.



Observa-se, pelo contrário, uma sazonalidade nas ações da própria Associação, restrita à época do carnaval, eventos e às feiras de artesanato. No mais, observamos que os artesãos costumam trabalhar de forma individualizada, tendo cada qual seu nicho de mercado definido, atendendo em seus próprios ateliês, cada qual com suas redes sociais de conta.

No que diz respeito ao desenvolvimento local, propriamente dito, percebe-se, como diz Jesus (2004), que há em Bezerros uma abordagem política em prol do desenvolvimento local centralizadora de cima, a partir de interesses e visões de técnicos do estado e do município e uma abordagem baseada no desempenho de empresas, exemplo disto é a alteração do folkmarketing no papangu, que tem privilegiado as grandes empresas, em detrimento das pequenas empresas do local e que antes costumavam patrocinar o carnaval.

Apesar dos esforços feitos individualmente por alguns artesãos, ou em bloco, via Associação de Artesões de Bezerros, não se pode dizer que este processo de baixo para cima, com iniciativas a partir da mobilização e participação da comunidade, seja significativo, caracterizando o desenvolvimento local. Embora se perceba que há a mobilização de pessoas e instituições locais, criando oportunidades de trabalho e de renda mediante parcerias entre os diversos atores sociais.

Referências:

ANDRADE NETO, Austriclínio B. de. Comunicação e desenvolvimento local: as estratégias de mobilização do programa de combate à pobreza rural - Buíque - Pernambuco. 2007. 114 p. Dissertação (mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local). Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife, 2007. Orientador: CALLOU, Angelo Brás Fernandes.

ANDRADE, Delma Santos de. *Dinâmica Simbólica e Turismo, Bezerros (PE)*. 2004. 95 p. Dissertação (mestrado em Antropologia Social). Universidade de Brasília, Brasília, 2004. Orientadora: DIAS, Euripedes da Cunha.

ARNS, Paulo César et al. *Desenvolvimento institucional e articulação de parcerias para o desenvolvimento local*. Recife: Projeto BNDES-Desenvolvimento Local – Cooperação Técnica do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), 2002. IADH - Instituto de Assessoria para o Desenvolvimento Humano, 2002. Disponível em: <http://www.cooperaremporportugues.org/apc-aa-cooperaremporportugues/img_upload/b90e04472576dd31550b30512ae582d3/DESENVOLVIMENTO_INSTITUCIONAL_E_DESENVOLVIMENTO_LOCAL.pdf>, acesso em 05.10.2008

BENJAMIN, Roberto. Folkcomunicação: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade. In: *Revista Latinoamericana de Ciências de la Comunicación*. Año V. número 8-9. Enero/Diciembre/2008. Disponível em :<http://www.alaic.net/portal/revista/r8-9/ccientifica_06.pdf>. Acesso em 25.04.2010

BOURDIEU. Pierre. *La distinction – critique sociale Du jugement*. Paris, Minuit, 1979. 672 p.



CANCLINI, Nestor García. *As culturas populares no capitalismo*. Prêmio Casa das Américas de Ensaio. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CARRIL, Carmem. *Qual a importância da marca na sociedade contemporânea?* São Paulo: Paulus, 2007.

DEMO, Pedro. *Participação é conquista: noções de política social participativa*. 3ª. Ed. São Paulo: Cortez, 1996.

FRANCO, Augusto de. *Capital Social: Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy*. Brasília: Instituto de Política, 2001a.

_____. O padrão de rede. In: *Capital Social - Leituras de Tocqueville, Jacobs, Putnam, Fukuyama, Maturana, Castells e Levy*. Instituto de Política. Brasília, 2001b.

HOBSBAWN, Eric. *Introdução: a invenção das tradições*. In: HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. *A invenção das tradições*. 2ª. ed. Tradução de Celina Cardim Cavalcante. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997, p. 9-24.

HOHFELDT, Antonio. Contribuição aos Estudos acadêmicos da folkcomunicação. In: MARQUES DE MELO, TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. (orgs). *Luiz Beltrão: Pioneiro das ciências da comunicação no Brasil*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB; Intercom 2008, p.89.

_____. Folkcomunicação: positivo oportunismo de quase meio século. In: SCHMIDT, Cristina (org). *Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos*. São Paulo: Ductor, 2006.

JARA, Carlos. As dimensões Intangíveis do desenvolvimento Sustentável. Colaboração de SOUTO, Maria Verônica Moraes. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 2001.

JESUS, Paulo de. Desenvolvimento Local. In: CATTANI, Antonio David (org.). *A outra economia*. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003, p.72- 75.

KREUTZ, Elizete de Azevedo. Apropriação cultural. In: GADINI, Sérgio Luiz, WOITOWICZ, Karina Janz (orgs). *Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões*. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007.

MARTINO, Luiz Claudio. Panorama da Pesquisa empírica em comunicação. Parte II. Reflexão sobre temas e Objetos. P. 135 a 160. In: BRAGA, José Luiz; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; MARTINO, Luiz Claudio (orgs). São Paulo, Paulus, 2010. (Coleção Comunicação) “Livro Compós 2010”. Coedição Paulus/ Compós.

MELO, Maria José Gonçalves de. *A inserção do ecoturismo no Brejo de Serra Negra/Bezerras/PE: uma proposta concreta de desenvolvimento socioespacial?* 2005. 124 p. Dissertação (mestrado em Geografia). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2005. Orientador: CASTILHO, Cláudio Jorge Moura de.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, Técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza; DESLANDES, Suely Ferreira; NETO, Otávio Cruz; GOMES, Romeu. (orgs). *Pesquisa social: Teoria, método e criatividade*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. P.9 – 27.



OLIVEIRA, Maria Marly. Associativismo e cooperativismo no desenvolvimento local. P. 153 a 184. In: TAUKE SANTOS, Maria Sallet. CALLOU, Ângelo Brás (orgs). Associativismo e Desenvolvimento Local. Recife, PE: Bagaço, 2006.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. Comunidades em tempo de redes. In: PERUZZO, Cicília K; COGO, Denise; KAPLÚN, Gabriel (orgs). *Comunicação e Movimentos populares: quais redes? Comunicación Y movimientos populares: ¿cuáles redes?* São Leopoldo: Ed. UNISINOS; La Habana: Centro Memorial Dr. Martin Luther King. Jr; Montevideo: Ciências de la comunicación. Universidade de La república: 2002.

RAMOS, Eliana Maria de Queiroz Ramos. Foto 1- Prédio da AAB durante planejamento do carnaval 2009 e Foto 2: Reunião na AAB em 2008 . Bezerros: janeiro de 2008 e fevereiro de 2009. 2 fotografias, color., 16cm x 56 cm

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura*. Barueri, SP: Manole, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa [org.]. *Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

SILVA, José Graziano da. O Novo rural brasileiro. Revista *Nova economia*, Belo Horizonte. 7(1): 43-81 (maio de 1997). Disponível em <http://www.geografia.fflch.usp.br/graduacao/apoio/Apoio/Apoio_Valeria/Pdf/O_novo_rural_brasileiro.pdf>, acesso em 12.12.2010.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. *Folkcomunicação & ativismo midiático*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2008a. 162p.

_____. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. In: *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. Estudos Culturais. 2006. Disponível em <http://bocc.unisinos.br/_esp/autor.php?codautor=59>. Acessado em: 26.06.2009.

_____. A folkcomunicação no contexto da sociedade globalizada: do líder de opinião ao ativista midiático. In: MELO, José Marques de; TRIGUEIRO, Osvaldo Meira (Orgs.). Luiz Beltrão: Pioneiro das ciências da comunicação no Brasil. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB; Intercom, 2008b.

YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 3. ed. Porto Alegre: Bockman, 2003.