



**O CARNAVAL DE OLINDA COMO FOMENTO AO DESENVOLVIMENTO**  
**LOCAL: ALGUNS ELEMENTOS DE ASSOCIATIVISMO E**  
**FOLKCOMUNICAÇÃO**

**GT1: Comunicação Intercultural e Folkcomunicação**

Irenilda de Souza Lima<sup>1</sup>

Filipe Lima Silva<sup>2</sup>

Marco Antonio Gomes dos Santos<sup>3</sup>

Renata Sá Carneiro Leão<sup>4</sup>

**Resumo**

O presente trabalho tem como referencial teórico estudos realizados sobre festas populares no Nordeste do Brasil e em particular no estado de Pernambuco. O objetivo é identificar a aproximação entre essas manifestações e a promoção do desenvolvimento local. Para tanto, o foco de análise foi o carnaval de Olinda no ano de 2014, que teve como tema: *Bajado um artista de Olinda, 100 anos*. Pretendemos identificar, neste contexto, os processos associativos, o capital humano e social. O objetivo do estudo é analisar, mesmo que de forma exploratória, a perspectiva folkcomunicação e as formas de organização para a

---

1 Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE) e Professora do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local/UFRPE, Brasil. E-mail: [irenilima2@gmail.com](mailto:irenilima2@gmail.com)

2 Mestre em Extensão Rural de Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Professor da UFRPE, Brasil. E-mail: [filipemp2@hotmail.com](mailto:filipemp2@hotmail.com).

3 Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Brasil. E-mail: [marcosantos743@gmail.com](mailto:marcosantos743@gmail.com).

4 Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco, Jornalista, Assessora de Comunicação da UFRPE, Brasil. E-mail: [renatascleao@gmail.com](mailto:renatascleao@gmail.com).

promoção de renda e valorização dos elementos locais nas estratégias de articulação entre atores sociais da sociedade civil, ONGs, setor privado e governamental. A abordagem é permeada pelo princípio da valorização da cultura popular mediante a disponibilização das imagens e cenários baseados nas obras de Bajado, um artista representante da cidade de Olinda, Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade. Os resultados do estudo alimentam a ideia de que as festas populares são promotoras da valorização da identidade e promoção do desenvolvimento local.

**Palavras-chave:** Folkcomunicação. Desenvolvimento local. Cultura popular.

### **Aspectos introdutórios**

O presente estudo busca analisar de que forma as manifestações artístico-culturais em eventos de massa como o Carnaval de Olinda de 2014 podem ser observadas como estratégias comunicacionais, mediante uma perspectiva folkcomunicacional, para a participação dos sujeitos envolvidos na construção de processos de desenvolvimento local em consonância com a cultura local. No site oficial do Carnaval de Olinda 2014, observa-se que este município é um dos locais mais procurados durante o Carnaval de Pernambuco por sua beleza e festa singular.

A programação do Carnaval de Olinda 2014 foi divulgada no sítio eletrônico da Prefeitura do Município, no dia 25 de fevereiro, quando se anunciou, para o período carnavalesco, a instalação de 11 polos de folia e mais de 190 atrações nos palcos, 500 agremiações e 40 atrações itinerantes, além das orquestras fixas, que se apresentariam nas ladeiras da capital do frevo.

Encontramos, na análise dos sites de divulgação e nos jornais locais de grande circulação, que o Carnaval de Olinda privilegiaria as atrações típicas da região com desfiles de blocos, bonecos gigantes, encontros de maracatus de baque solto e virado. Com destaque estava o Encontro dos Bonecos Gigantes. O carnaval se prolongou até a Quarta-feira de Cinzas, com o bloco Bacalhau do Batata (Programação do Carnaval de Olinda, 2014).

O tema do carnaval de 2014 ilustrou a homenagem ao artista Bajado, cujo nome verdadeiro é Euclides Francisco Amâncio. Segundo Machado (2014), o homenageado, nascido em 9 de dezembro de 1912, em Maraial-PE, foi referência como artista plástico, chargista, letreirista, cartazista, pintor de quadros e murais, tendo se tornado mundialmente conhecido pela expressão de suas obras

Nas horas vagas, pintava letreiros, fachadas e interiores de lojas comerciais, restaurantes e botequins, ornamentando-os com figuras ou compondo painéis e quadros. O gosto pela arte se manifestou quando Bajado retratou os clubes carnavalescos de Olinda, Pernambuco, Pitombeira dos Quatro Cantos, Elefante, O Homem da Meia-Noite, Cariri, Vassourinhas, assim como o frevo rasgado na Ribeira, Largo do Amparo, Varadouro, Praça do Carmo. Como um nome ligado à cultura em 1964, o artista se uniu a alguns amigos de profissão e inaugurou o Movimento de Arte da Ribeira, em Olinda, onde passou a expor seus trabalhos. Dentre uma mistura de cores e tintas, foi capaz de reproduzir inúmeras telas sobre a vida cotidiana, o sofrimento, as emoções e a cultura do povo pernambucano (MACHADO, 2014).

Ainda em Machado (2014), encontramos que, na década de 1970, um turista italiano, Giuseppe Baccaro, ao ver as suas pinturas e quadros a óleo expostos nas residências e estabelecimentos comerciais de Olinda, ficou impressionado diante do primitivismo artístico do pintor, que assinava da seguinte maneira as suas

obras: *Bajado um artista de Olinda*. Contactando-o, lançou-se como divulgador e administrador dos seus trabalhos. Novas oportunidades continuaram a surgir, dessa vez para o artista expor em outras capitais brasileiras como o Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Curitiba, Florianópolis, Porto Alegre e Vitória. Do exterior, Bajado também recebeu vários convites para apresentar as suas obras. Nesse sentido, iniciou, pela França, uma maratona artística, passando pela Itália, Espanha, Holanda e antiga Tchecoslováquia.

O artista plástico, faleceu em 1996, aos 84 anos de idade, em sua residência, localizada na Rua do Amparo, 186, Olinda, imóvel esse que lhe havia sido doado por Baccaro, o seu *marchand* italiano. Bajado, então é o artista local homenageado no carnaval olindense em 2014 e, portanto, considerado um valor endógeno dentro da comunidade olindense e pernambucana. A riqueza desse valor endógeno para a comunidade, se olharmos na perspectiva do desenvolvimento local, é percebida principalmente quando se observa, em torno de sua figura, toda a movimentação que gera organização, renda e valorização da cidade de Olinda. É essa relação entre a folkcomunicação e o desenvolvimento local – com seus desdobramentos – que procuramos trazer brevemente no presente estudo.

## O cenário

Olinda foi considerada Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade, uma vez que faz parte do contexto histórico de lutas pela liberdade e afirmação política, social, cultural e econômica do de estado de Pernambuco. O referido título se dá em virtude de sua rica arquitetura colonial, composta por casarios, igrejas, conventos, mosteiros, sobrados e casarões, que também contam, com sua existência, a história e a cultura do povo brasileiro, resistindo centenariamente à passagem dos anos. Por outro lado, tal título encontra-se ameaçado por

problemas na conservação dos imóveis e monumentos incluídos no perímetro do tombamento (DIÁRIO DE PERNAMBUCO, 2013).

Por outro lado, além de seu carnaval internacionalmente conhecido, em nossa pesquisa, averiguamos que a cidade é berço de inúmeras manifestações artísticas e culturais, como a Mostra Internacional de Música de Olinda (Mimo), a Festa Literária Internacional de Pernambuco (Fliporto), e a mostra Olinda Arte em Toda Parte. Ainda fazem parte de sua rotina desfiles de blocos e cortejos, serestas, bonecos gigantes, maracatus e a exposições nos ateliês.

O carnaval de Olinda apresenta-se como um dos maiores acontecimentos culturais do Brasil. De repercussão internacional, possui importância dentre os demais eventos nacionais, como o carnaval de Salvador, do Rio de Janeiro e do Recife, cidade vizinha e capital pernambucana, sendo estimado um público em torno de dois milhões de pessoas ao longo do evento (OLINDA, 2014).

Sendo Pernambuco um estado multirracial e historicamente marcado por manifestações populares as mais variadas, o Carnaval de Olinda incorpora à sua identidade uma diversidade cultural que se congrega e se traduz na riqueza da cidade, tornando o evento singular, características essas que o individualiza em relação aos demais carnavais.

### **O problema e sua importância**

Ao lançar a relação entre cultura e desenvolvimento, partimos do princípio sustentado por Renato Ortiz (2008, p. 123) de que a cultura é caracterizada como o domínio dos símbolos. Segundo o autor, o símbolo “tem a capacidade de apreender e relacionar as coisas”. As definições de cultura adotadas pelas políticas culturais e órgãos internacionais possuem convergências com a

caracterização de Ortiz, pois para o Plano Nacional de Cultura (2009, p. 12), a cultura seria o cultivo de “criação simbólica expressa em modos de vida, motivações, crenças religiosas, valores, práticas, rituais e identidades”. Já a Agenda 21 da Cultura (2004, p. 5) considera o patrimônio cultural “o testemunho da criatividade humana e o substrato da identidade dos povos”.

Nessas políticas e fóruns de discussão acerca de questões culturais, é frequente a relação entre cultura e desenvolvimento. A associação mais comum é a de que a promoção cultural geraria o desenvolvimento, tanto no que concerne ao crescimento econômico como em relação à melhoria da qualidade de vida.

Dentro do contexto apresentado, observamos o quanto a inspiração de Bajado se junta no carnaval como possível promoção ao desenvolvimento no engajamento das pessoas e numa linguagem cultural que poderia ser vista na perspectiva folkcomunicação. Percebemos as estratégias de articulação entre atores da sociedade civil e do Estado no processo de empoderamento da comunidade, por seus artesãos e artistas, bem como, intrinsecamente, os processos de valorização da cultura.

Pormenorizando o interesse pela pesquisa, consideramos importante analisar como se dão os processos de valorização do patrimônio artístico-cultural do carnaval de Olinda em 2014, enquanto recurso de comunicação pertinente e significativo para o desenvolvimento local, assim como quais os atores envolvidos e qual a importância de suas articulações para o desenvolvimento da comunidade.

Logo, mostra-se pertinente e exequível a presente pesquisa, uma vez que se busca verificar como ocorrem os processos comunicacionais onde são permeados elementos do carnaval e da arte de Bajado, que compõem a cenografia carnavalesca como estímulo aos processos de parcerias, organização, valorização



dos elementos endógenos como categorias presentes na promoção do desenvolvimento local.

### **Objetivos**

Pretendemos identificar, neste contexto, os processos associativos que evidenciam o fortalecimento do capital humano e social disponibilizados para alcançar o desenvolvimento local na vivência do carnaval já consolidado, que utiliza, em seu cenário, a obra de Bajado como um artista de Olinda. Investigamos ainda o evento quanto ao público participante, identificando alguns outros artistas, os artesãos e suas formas associativas e analisando os processos comunicacionais, sob o prisma da folkcomunicação, no que tange à relação exposição/divulgação e valorização do local.

### **Bases metodológicas e técnicas de pesquisa**

As ideias foram pautadas na utilização de técnica de pesquisa documental, através da observação direta na semana prévia e nos dias de carnaval, por meio da análise das páginas virtuais relacionadas à divulgação do tema e da programação carnavalesca no Sítio Histórico de Olinda. Analisamos o que publicou a mídia especializada, inclusive através de documentos disponibilizados em mídia digital e internet, buscando a identificação dos agentes envolvidos também nos sítios eletrônicos.

A base teórica possui, em seu bojo, referências atinentes de comunicação, folkcomunicação, identidade, culturas populares, desenvolvimento sustentável e comunicação rural (CANCLINI, 1982; MARTINS, 2002; SANTOS, 2002).

A partir das bases teóricas de Luiz Beltrão e dos estudos de Roberto Benjamin sobre Folkcomunicação, têm se expandido os estudos dessa área de conhecimento. Desde 2004, no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco (Posmex/UFRPE), pesquisas como as de Betania Maciel, Severino Lucena e Irenilda Lima buscam fortalecer os aportes teóricos e metodológicos sobre folkcomunicação.

A intenção desses estudos é realçar a importância das várias metodologias da prática da extensão rural para o desenvolvimento local que consideram, para efeito de aporte, um novo estilo de apoio ao desenvolvimento, a linguagem local, promovendo a valorização de ativos estratégicos como a capacidade de participação e organização de sujeitos coletivos. Tal linha de pensamento é pertinente ao estudo que associa as festas populares com a promoção do desenvolvimento local o que acarretou no estudo presente sobre o carnaval de Olinda de 2014.

Registramos que o tema carnaval de Olinda também foi estudado por pesquisadores com inserção no Posmex. Silva et all (2013), por exemplo, analisou *A Folkcomunicação e Desenvolvimento Local nos Processos Artístico-culturais da Cenografia do Carnaval de Olinda em 2013*.

No aporte teórico sobre folkcomunicação, observamos que, para Marques de Melo (2005), trata-se de um campo de estudo que vem sendo fortalecido e atualizado, justamente pela permanência de uma sociedade de classes que comporta um estudo de comunicação sobre as formas de sentir e agir dos segmentos economicamente pauperizados, das comunidades situadas na marginalidade cultural ou dos grupos que padecem da segregação política.



Logo, buscam-se outros aportes epistemológicos, novas visões, outras análises, pois, para alcançarmos uma emancipação social, faz-se mister que haja uma reinvenção na forma preceituada por Santos (2002, p. 14):

Estas transformações são ou parecem tão profundas, que é possível caracterizar o nosso tempo como um tempo de problemas modernos (as promessas por cumprir da modernidade ocidental) para os quais não há soluções modernas. Em meu entender é por isso que o que está em causa é a própria reinvenção da emancipação social.

#### **Os processos artístico-culturais e a mobilização no carnaval de Olinda em 2014**

O Carnaval de Olinda incorpora à sua identidade uma diversidade de manifestações culturais que se congregam e se traduzem na riqueza da cidade, o que torna o evento singular, pelas características que o individualiza em relação aos demais carnavais, conforme preceitua Wanderley (2007, p. 9):

As “posições” socioculturais firmadas pelos sujeitos no e com o mundo estão relacionadas à apropriação de sua identidade, no reconhecimento de quem ele é e do que são os outros. Essa apropriação significa a afirmação da identidade, que não é algo passado de geração a geração, mas uma necessidade que o sujeito tem de adquiri-la, de tomar posse do seu eu, convivendo com os outros.

O carnaval de Olinda possui identidade ímpar, que é representada em todo o Brasil e fora dele por elementos como seus bonecos gigantes, que desfilam pelas

ladeiras da cidade patrimônio e que representam personalidades marcantes da história local e nacional, trazendo, muitas vezes, em seus adereços, críticas sociais ou exaltações que conferem legitimidade e o caráter efetivamente popular da festividade.

Canclini (apud TAUKE SANTOS; RODRIGUES; VUMA, 2009, p. 81), explana que as culturas populares elaboram condições de sobrevivência e de resistência às imposições da classe hegemônica:

As culturas populares existem porque a reprodução desigual da sociedade gera uma apropriação desigual dos bens econômicos e culturais por parte de diferentes classes e grupos na produção e no consumo; uma elaboração própria de suas condições de vida e uma necessidade nos setores excluídos da participação plena no produto social; uma interação conflitiva entre as classes populares com as hegemônicas pela apropriação dos bens.

A compreensão das culturas populares faz-se mister, uma vez que elas são derivadas de conflitos entre a cultura hegemônica e a cultura popular, através de um processo quase simbiótico, no qual se mostram interpenetrados e que envolvem fenômenos comunicativos e/ou econômicos e sociais. Tais fenômenos são inerentes à estrutura da sociedade e ao sistema de produção como o questionamento e a narcotização, bem como a integração interpenetração, encobrimento, dissimulação e amortecimento das contradições sociais, sem contar com a oralidade, o tradicionalismo e o analfabetismo (CANCLINI, 1982).

De acordo com Canclini, Cultura popular não existe como uma entidade a priori, mas como fruto da interação das relações sociais. Toda produção cultural surge a

partir das condições materiais de vida e nela está arraigada, do cotidiano. As especificidades das culturas populares derivam também do fato de que o povo produz no trabalho e na vida formas específicas de representação, reprodução e reelaboração simbólica das relações sociais. O povo realiza esses processos compartilhando as condições gerais de produção, circulação e consumo do sistema em que vive e por sua vez criando suas próprias estruturas (CANCLINI, 1982).

Observa-se que grandes eventos de massa, como o Carnaval de Olinda, são estruturas complexas que abrangem uma diversidade de sujeitos cognoscentes, trabalhadores braçais e uma diversidade e complexidade de processos, desde a instauração dos processos decisórios e burocráticos tidos pelos órgãos públicos responsáveis pelos eventos, como também os artistas envolvidos na produção e confecção. Ainda dentro desse contexto, temos a sociedade como elemento do qual se origina a cultura e para quem se destina.

Não se pode duvidar que, para o alcance desse crescimento, existe um fator determinante, qual seja, o fortalecimento social. Esse só pode ocorrer quando há a conjunção de forças de todos os segmentos da sociedade, em especial o aparelho estatal, o qual, através do incentivo cultural, vem buscando, cada vez mais, a inserção dos artistas olindenses nesse cenário socioeconômico, prestigiando, assim, a cultura local, tão rica, sendo palco de inúmeros eventos e reconhecida mundialmente por eles.

Ao tratarmos dos diversos agentes envolvidos nos processos criativos, coletivos ou não, observamos que, partindo do viés de uma obrigação institucional de ter o interesse público como norte e finalidade de suas ações, as iniciativas do poder público de valorização da cultura local e regional, assim como a inserção da

comunidade, seja como referência seja como destinatária do evento, mostra-se como um mecanismo de articulação entre o Estado e povo.

Atentando para a importância do poder público e de suas políticas para o desenvolvimento das localidades, foi salientado, no contexto da Primeira Conferência Nacional de Economia Solidária (2006), que esse poder público, além de propiciar o acesso aos bens e recursos públicos para seu desenvolvimento sustentável e de toda a sociedade, deve dar ênfase aos setores que sofrem crescentes graus de pobreza, de violência urbana e rural, exclusão social e racial, por conta das transformações do capitalismo.

Em virtude dessa expressão singular, o poder público municipal deve atingir os interesses da sociedade. Para atender a esses anseios sociais, os quais devem determinar toda e qualquer ação do município, a Secretaria de Patrimônio e Cultura definiu o tema do carnaval de 2014. A cidade de Olinda, portanto, foi ornamentada com obras de artes artesanamente construídas para o evento, que recebeu o tema *Bajado, artista de Olinda, 100 anos*, trazendo a grande variedade de representações de sua obra. Além do cunho artístico e cultural, o carnaval possui outro papel muito importante para a cidade, o de fomentador de rendas. São centenas de agremiações beneficiadas, milhares de trabalhadores informais incluídos no cenário econômico e a cidade como um todo, que, durante todo o período carnavalesco, efervesce e cresce, haja vista o elevado número de turistas de todo o mundo que circulam em suas ruas e fomentam o comércio. Há uma abordagem associativista em todas essas formas de participação e engajamentos.

Outro aspecto a ser considerado está na exposição e no público-alvo dos eventos de massa. O acesso da população local, nacional e internacional às obras de arte expostas possuem várias nuances a serem analisadas, das quais duas serão abordadas diretamente na presente pesquisa: a primeira decorre da extensão,

magnitude e popularização das riquezas culturais apresentadas e a outra está na divulgação, valorização e consagração, tanto do artista homenageado, que foi Bajado, como também outros artistas diretamente envolvidos na elaboração das obras expostas e, indiretamente, dos artistas representados nos trabalhos.

Vale salientar que o carnaval é um evento de massa que atinge todas as camadas sociais, não se distinguindo gênero, raça ou classe social. Ademais, tendo em vista essa popularidade, há o alcance que excede as fronteiras da cidade, tomando proporções não só locais, mas regional, nacional e internacional. Para Beltrão (apud BENJAMIN, 2001, p.79), “folkcomunicação é, assim, o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, idéias e atitudes de massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

Dentro dos processos de elaboração, confecção e exibição podemos descrever a participação da comunidade diretamente envolvida nos processos de criação das obras de artes apresentadas. Cabe-nos um adendo e definição do produto final dessas atividades como sendo obras de artes, uma vez que o que as qualifica como tal são os detalhes e a forma artesanal com que são constituídas e a referência cultural intima os seus artesãos, que acabam por trazer seus elementos subjetivos de história e identidade para suas obras. A exposição das obras de arte inspiradas em Bajado foram dispostas em cenas alocadas por vários pontos estratégicos de Olinda.

A participação social na própria elaboração das réplicas ou dos motivos inspirados nas obras de arte expostas e inspiradas na obra do homenageado gera o empoderamento e a autonomia dos sujeitos e dos grupos populares que os confeccionaram, bem como decorrem na apropriação de elementos essenciais que compõe a cidadania, a fim de proporcionarem o alcance de melhores condições de vida, bem como de uma sociedade mais justa e sustentável.

Para Canclini, antes de ser o lugar onde só se exercem forças da subversão, a festa é o ritual onde o povo impõe uma ordem aos poderes que sente como incontroláveis, procura transcender a coerção ou a frustração de estruturas limitativas através de sua organização cerimonial, imagina outras práticas sociais, que, às vezes, chega a pôr em prática no mesmo tempo permissivo da celebração. O autor afirma que, antes de se fazer uma definição geral de festa, é preciso conhecer a estrutura social na qual a festa está inscrita, pois ela não se dá do mesmo modo em todas as classes e situações. (CANCLINI, 1982).

Se embarcamos na relação da cultura popular e a folkcomunicação com o desenvolvimento local, observamos que, segundo De Jesus (2003), o processo é visto como um processo que mobiliza pessoas e instituições buscando a transformação da economia e da sociedade locais, criando oportunidades de trabalho e de renda, superando dificuldades para favorecer a melhoria das condições de vida da população local, tais relações se tornam mais complexas e mais desafiadoras. De acordo com Tauk Santos e Brás Callou (1995), o desenvolvimento local está preocupado em pôr em prática soluções imediatas para os problemas vivenciados por determinada comunidade. A comunicação exerce um papel fundamental nesse processo, pois é um instrumento capaz de definir e gerar políticas locais de desenvolvimento.

No carnaval, algumas instituições fazem o apoio à organização e o aproveitamento da mão de obra local. Verificamos que algumas ONGs trabalham ainda com jovens carentes de comunidades de Olinda, que circundam a cidade alta, palcos dos eventos carnavalescos, como a V-9, V-8, Ilha do Maruim, e com assentamentos rurais de municípios como Glória do Goitá, na Zona da Mata (LIMA, 2010).

Silveira (apud TAUKE SANTOS; FRAGOSO, 2009, p. 59) entende que o capital social atine a “um processo que visa fortalecer a autoconfiança de grupos populacionais desfavorecidos, com o propósito de capacitar indivíduos para a articulação de interesses individuais e comunitários na busca do bem comum”. Como exemplo, encontramos que a ONG Mamulengo Só-Riso possui trajetória de quase 40 anos de trabalho:

Onde teve o seu trabalho consolidado no Brasil e fora dele, englobando diferentes territórios culturais, reinventando a criação cênica, cenográfica e museográfica. O trabalho se alastra como pólo de identidade e resistência cultural na luta pela salvaguarda do mamulengo e dos mestres populares e tornou-se elemento de formação de novos bonequeiros e de inclusão social (PLANO NACIONAL DE CULTURA, 2009).

Todos esses aspectos que envolvem a articulação dos atores sociais citados, sejam da comunidade, sociedade civil em geral, de ONGs, do setor privado e do Estado desembocam em processos comunicacionais estritamente relacionados a cultura e folclore e que representam os processos de empoderamento da comunidade considerado como desenvolvimento local.

### **Análise dos resultados**

Diante do que foi brevemente exposto o âmbito deste estudo, podemos pensar em grandes eventos como o Carnaval de Olinda 2014 como forma de construção de novas estratégias de intervenção visando a valorizar o local, como elementos educativo para a arte popular e em vários aspectos de fortalecimento de identidades locais. Essa compreensão nos permite buscar caminhos que liberem as manifestações dos modelos tradicionais e superados para um desenvolvimento

local que possa promover, reconhecer, valorizar e restaurar a dignidade de homens e mulheres artistas/artesãos das camadas sociais menos privilegiadas, reconhecendo-os como sujeitos cognoscentes.

Observamos, a partir da perspectiva de Canclini (1982) acerca da cultura popular e, mais especificamente, das festas, que o carnaval de Olinda se apresenta além de um espaço de manifestação das culturas populares, sendo palco para a prática da interação social liberta dos padrões de classe, muitas vezes repressores. Percebemos que esse espaço de vivência da realidade cotidiana sem obstáculos favorece o fortalecimento das potencialidades endógenas; no caso estudado, do capital cultural que é o carnaval de Olinda e as obras do artista Bajado.

### **Considerações finais**

A partir das relações costuradas neste estudo, percebemos, que cultura e desenvolvimento são componentes indissociáveis se levada em conta a perspectiva do desenvolvimento local, que condiciona o desenvolvimento à preocupação com a articulação da comunidade local, suas potencialidades e fenômenos endógenos. A cultura, como se observou nas linhas traçadas acima, configura-se num espaço de convívio, diálogo e agir comunicativo, capaz de provocar, fazer refletir e transformar. A comunicação, dentro desse espaço de cultura popular, aparece como fator catalisador do desenvolvimento local, nesse processo de descoberta das potencialidades endógenas de uma comunidade e do diálogo produtivo acerca das dimensões que envolvem a descoberta dos atores sociais por eles próprios e do fortalecimento da autoestima.

Assim, conforme o caráter exploratório inicial proposto, vemos o relacionamento de uma festa popular, uma inspiração artística na provocação a organização das pessoas em grupos, blocos e associações. Foi possível identificar parte da



conjuntura social que se interrelaciona como a arte de Bajado, evocado como artista local de Olinda homenageado no carnaval de 2014, bem como a forma como as necessidades e interesses dos artistas e artesãos locais são alcançados através de sua participação/interação com o público. Essas interações acontecem através da exposição de obras de arte, confecções de réplicas e apetrechos usados na decoração geral do carnaval e como esse processo envolve parcerias com as organizações públicas e da sociedade civil, contribuindo para o desenvolvimento local naquela comunidade.

Os resultados do estudo alimentam a expectativa de contribuição como mais um elemento que fortalece a área de folkcomunicação como conhecimento teórico passível de fornecer elementos para as análises dos folguedos populares que envolvem procedimentos de valorização da cultura local e promoção de renda, com a inserção e participação dos artistas e artesãos locais a fim de se promover o alcance do desenvolvimento local.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agenda 21 da Cultura. (2004). Texto aprovado no IV Fórum de Autoridades Locais de Porto Alegre para a Inclusão Social, no marco do Fórum Universal das Culturas – Barcelona, 2004.

Beltrão Apud Benjamim, R. E. C. (2001). *Folkcomunicação no contexto da massa*. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, Editora universitária/UFRN.

Canclini, N. G. (1982). *As culturas populares no capitalismo*. (pp. 42-56.) São Paulo: Brasiliense.

De Jesus, P. (2003). Desenvolvimento Local. In: Cattani, A. D. (org.). *A Outra Economia*. Porto Alegre: Vaz Editores.

Diário de Pernambuco. *Olinda: ameaça ao título de patrimônio*. Acessado em 26/03/2014. Disponível: <http://goo.gl/ZbfGxP>.

Globo. *Decoração do carnaval de Olinda celebra manifestações culturais de PE*. Acessado em 16/03/2014. Disponível em: <http://goo.gl/ypOlyn>.

Lima, F. *Mamulengo Só-Riso, 35 anos na estrada*. Associação Pernambucana de Teatro de Bonecos (APTB). Acessado em 16 mar. 2014. Disponível em: <http://goo.gl/t42yFH>.

Machado, R. C. V. Bajado. *Pesquisa Escolar Online*. Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Acesso em 12 de mar de 2014. Disponível em: <http://goo.gl/WIZE2O>.

Marques De Melo, J. (2005). Folkcomunicação, Estratégia de Resistência das Culturas Subalternas. *Comunicação. Veredas (UNIMAR)*, Marília, vol. 3 (pp. 343-360).

Martins, J. De S. (2002). *A Sociedade Vista do Abismo: novos estudos sobre exclusão, pobreza e classes sociais*. Petrópolis: Vozes.

Ortiz, R. (2008). Cultura e desenvolvimento. *Políticas Culturais em Revista*, 1(1), 122-128.

*Plano Nacional De Cultura: conceitos, participação e expectativas*. Ministério da Cultura. Poder Executivo, Brasília, DF, 2009.

*Programação do Carnaval de Olinda 2014*. Olinda, 2014. Acesso em 12 de mar 2014. Disponível em: <http://goo.gl/GXD5yX>.

*Primeira Conferência Nacional de Economia Solidária: Economia Solidária como Estratégia e Política de Desenvolvimento* (2006). Brasília. Documento Final.

Santos, B. S., Rodriguez, C. (2002). Introdução: para ampliar o cânone da Produção. In: Santos, B. S. (org.). *Produzir para viver*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Silva, F. L., Lima, I. de S., Amorim, S. G. R., & Silva, M. S. (2013). *A Folkcomunicação e desenvolvimento local nos processos artístico-culturais da cenografia do carnaval de Olinda em 2013*. In: XVI Conferência Brasileira dos Estudos de Folkcomunicação. "Folkcomunicação e Desenvolvimento Local" Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013.

Tauk Santos, M. S., & Fragoso, P. M. A. (2009). Vídeo Digital: identidades e representações das culturas populares. *Intercom* (São Paulo. Impresso), 32, (169-187).

Tauk Santos, M. S., & Callou, A. B. F. (1995). Desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local. In: *Revista Signo de Comunicação Integrada*. João Pessoa: UFPB.

Tauk Santos, M. S., Rodrigues, A. S. A., & Vuma, S. Z. (2009). Políticas Públicas de Cultura e consumo cultural de pescadores artesanais no Brasil. In: Callou, A. B. F., Tauk Santos, M. S., & Gehlen, V. R. F. (orgs). *Comunicação, Gênero e Cultura em comunidades pesqueiras contemporâneas*. Recife: Fundação Antônio dos Santos Abranches.

Wanderley, A. C. C. (2007). Cultura, Memória e História como substratos na construção identitária. In: Fachine, I., & Severo, I. (orgs.). *Cultura Popular: nas teias da memória*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB.