

O processo folkcomunicação como estratégia para o desenvolvimento local: o caso da Associação de Mamulengueiros de Glória do Goitá, Pernambuco

Everaldo Costa Santana¹
Severino Alves de Lucena Filho²

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar o processo folkcomunicação como uma estratégia para o desenvolvimento local, a partir do estudo de caso da experiência da Associação de Mamulengueiros³ e Artesãos de Glória do Goitá, Pernambuco. O aporte teórico embasa-se no conceito de Luiz Beltrão, que define a Folkcomunicação como “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. Metodologicamente, os estudos foram direcionados a partir de pesquisas bibliográficas, e empiricamente, com realização de entrevistas semi-estruturadas. Dessa forma, chega-se a conclusão de que as experiências folkcomunicação da Associação de Mamulengueiros e Artesãos de Glória do Goitá contribuem para o desenvolvimento local.

PALAVRAS-CHAVE

Mamulengo. Associação. Folkcomunicação. Desenvolvimento Local.

The process folkcomunicação as a strategy for local development: the case of Association of Mamulengueiros of Glória de Goitá, Pernambuco

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the process folkcomunicação as a strategy for local development, as the case study experience of the Association of Artisans and Mamulengueiros Glory Goitá, Pernambuco. The theoretical-underlies the concept of Luiz Beltrão, who defines the Folkcomunicação as "the process of exchanging information and expressions of opinions, ideas and attitudes through mass media and agents directly or indirectly linked to the folklore." Methodologically, the studies were directed from literature searches, and empirically, with performance of semi-structured interviews. Thus, we arrive at the conclusion that the experiences folkcomunicação and the Association of Mamulengueiros and Artisans of Glory Goitá contribute to local development.

KEYWORDS

Mamulengo. Association. Folkcomunicação. Local Development.

1 Jornalista, especialista em Jornalismo Cultural pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), mestrando do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

2 Doutor em Ciências da Comunicação, professor do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

3 O Mestre mamulengueiro (modo como é chamado o mamulengueiro e quase sempre o dono do brinquedo), tem que ser poeta, ator, dançador, improvisador, cantador, dinâmico, saudável etc... Pois para brincar com mais de 60 bonecos, em às vezes quase oito horas de representação, é preciso ser mais que artista, é preciso viver e incorporar cada personagem do brinquedo. É preciso ir ao âmago da brincadeira e se transformar a cada momento. Um verdadeiro Mestre de Mamulengo é, além de tudo isso, o artesão, o homem que confecciona seus próprios bonecos entalhando-os do mulungu – madeira leve extraída de grandes árvores dos brejos de alguns estados nordestinos. Consultado em <http://www.valdeckdegaranhuns.art.br/mamulengos.html>. Acessado no dia 16 de novembro de 2011.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem o objetivo de analisar o processo folkcomunicação como uma estratégia para o desenvolvimento local, através da experiência da Associação de Mamulengueiros e Artesãos de Glória do Goitá, Pernambuco. Para isso, embasa-se no conceito de Luiz Beltrão, que define a folkcomunicação como “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massa através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”, recorre-se também a estudos tratados por Cristina Schmidt, Roberto Benjamim, Betania Maciel, José Marques de Melo, Antônio Hohlfeldt, Alfredo D’Almeida e Osvaldo Trigueiro. Quanto a estudos sobre desenvolvimento local, apresentam-se referências de Paulo de Jesus, Irenilda Lima, Salett Tauk Santos. Dessa forma, chega-se a conclusão de que a Associação de Mamulengueiros e Artesãos de Glória do Goitá é uma experiência estratégica da folkcomunicação que contribui para o desenvolvimento local. O artigo foi elaborado a partir de um estudo de caso, com aplicação de entrevistas semi-estruturadas e pesquisa exploratória durante estudos da disciplina folkcomunicação do mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (Posmex) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE).

A ASSOCIAÇÃO DE MAMULENGUEIROS

A Associação de Mamulengueiros e Artesãos de Glória do Goitá foi fundada em março de 2003, com 22 sócios, e atualmente conta catorze associados. Antes de sua fundação, os associados receberam cursos de associativismo, gestão de preços e empreendedorismo pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) de Pernambuco. Essas oficinas duraram dois anos. Em 2007 a associação recebeu o prêmio *Mestre Duda*⁴ *100 Anos de Frevo*. Com o recurso da premiação, a associação comprou máquinas (serrotes, estiletos, facas) para fabricação de bonecos, realizou oficinas de mamulengo para estudantes das escolas públicas (municipais e estaduais) de Glória do Goitá.

Como resultado desses encontros, foi constituído o mamulengo Nova Geração. O mamulengo é composto por cinco associados da associação e realizam apresentações em diversas cidades de Pernambuco e outros estados, muitas vezes, convidados por gestores

4 O prêmio Mestre Duda é uma homenagem ao regente, compositor, arranjador e instrumentista pernambucano. Organizado pela Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural do Ministério da Cultura (SID/MinC) que desenvolveu o Concurso Público Prêmio Culturas Populares 2007 – Mestre Duda 100 Anos de Frevo, com a participação de pessoas físicas, instituições brasileiras de natureza cultural, públicas ou privadas, sem fins lucrativos, além de grupos formais e informais. Consultado em <http://www.cultura.gov.br/site/2007/10/08/premiacao-de-2007-mestre-duda-100-anos-de-frevo/> no dia 16 de novembro de 2011.

públicos para realizar campanhas institucionais, a partir do mamulengo, por isso, é importante destacar a integração cultural como parte do cotidiano, sem possibilidade de separação.

O universo da cultura está ligado ao cotidiano, onde se apresentam os aspectos da vida cotidiana, os aspectos físicos, simbólicos e imaginários. E, principalmente no que se refere à cultura popular, é difícil separar a esfera material da espiritual, o novo do velho, o sagrado do profano, o original da réplica. O cotidiano a cultura, incorpora, assimila e reapresenta. É o novo que nasce do velho, do útil, do aceitável, do vendável (SCHMIDT, 2004).

Como afirma Schmidt, a experiência folkcomunicacional acontece em um contexto de comunicação popular, onde a linguagem do povo é a mais apropriada para comunicação local. De acordo com o site www.artesol.org.br, “a produção do mamulengo ressurgiu como expressão da identidade local e possibilidade de trabalho e renda em Glória do Goitá”. A experiência é um retrato da aplicação da folkcomunicação como uma estratégia para o desenvolvimento local. O município de Glória do Goitá fica localizado na Zona da Mata Norte de Pernambuco, região conhecida como celeiro cultural do Estado. Nesse cenário, Glória do Goitá é conhecida como a terra berço do mamulengo e possui o único Memorial de Mamulengo de Pernambuco, que funciona em um prédio construído em 1915.

Segundo o artista Valdeck de Garanhus⁵, a origem da palavra MAMULENGO se perde na história e não é comprovada sua aparição por documento, mas sim, pelas próprias teorias populares.

Uma das mais comuns é a teoria de que MAMULENGO seria uma corruptela da expressão popular “MÃO-MOLENGA” porque o mamulengueiro (a pessoa que conduz a brincadeira escondida atrás da pequena barraca) tem que ter uma grande habilidade manual para trabalhar ao mesmo tempo com dois personagens e manipular às vezes mais de 60 bonecos durante uma brincadeira que dura no mínimo de duas horas, até seis ou oito horas de representação.

Segundo Beltrão, “o mamulengo, espécie rústica do teatro de bonecos – em suas periódicas funções para humildes platéias suburbanas e interioranas do nordeste, veicula informações e críticas, interpretativas dos sentimentos populares” (BELTRÃO, 2001, p. 226).

5 Valdeck nasceu em 14 de julho de 1952 e logo depois foi levado para Recife pelos pais. É um verdadeiro artista múltiplo, conhecido no Brasil e no exterior: é poeta, artista plástico, arte-educador, ator, compositor, contador de estórias e mestre em Teatro de Mamulengo. Com 25 anos de carreira, o artista usa o Teatro de Mamulengos como recurso educacional em escolas, empresas, entidades, nas ruas e praças. Está entre os melhores xilogravuristas. No exterior expôs em Washington e Nova York, nos Estados Unidos; em Hameln e Erlagen, na Alemanha, e suas obras fazem parte do acervo do Museun für Völkerkunde em Frankfurt, na Alemanha.

Dessa forma, a apresentação do mamulengo é umas das expressões populares que comunica a linguagem de um povo. Durante as apresentações além do humor e prosa nas histórias contadas, o mamulengueiro, mestre ou não interage e diálogo com o público presente. Conta histórias reais da população local, brinca com o público presente e anima crianças e adultos com histórias engraçadas que faz agricultoras e agricultores cansados rirem e se emocionarem com as histórias contadas. Dessa forma, a interação é total. Os personagens, confeccionados em madeira (mulungu), vestidos com roupas de chita, e assessórios extravagantes já fazem um show a parte. Mas, é na hora do diálogo, da conversa, do bate-papo descontraído com histórias locais que as pessoas se “desmancham” no riso. A maioria das histórias são contos de ficção a partir da realidade, mas outras são feitas na hora, de acordo com a plateia.

Um desses veículos da opinião popular é, sem dúvida, o mamulengo, espécie rústica de teatro de bonecos, que se movimentam não por meio de cordéis, como os sofisticados “marionetes”, mas em função dos dedos hábeis dos seus promotores, dentro de luvas que são o corpo das figuras apresentadas sobre um pano que ocupa metade da boca de cena (BELTRÃO, 2001, p. 226).

A REGIÃO DE ATUAÇÃO DA EXPERIÊNCIA

Glória do Goitá é Município de uma região localizada na Zona da Mata Norte de Pernambuco, distante a aproximadamente, 65 quilômetros do Recife. É uma região marcada pela monocultura da cana-de-açúcar e da mandiocultura. Dados familiares colhidos nas entrevistas etimológicas revelam um grande número de jovens e famílias rurais que por falta de oportunidades migram para o sul e sudeste do Brasil, ou até mesmo Recife, em busca de novas condições de vida.

Segundo Canclini, as desigualdades sociais têm importante papel não só nas condições econômicas, mas também na apropriação das culturas populares. Essa desigualdade social, também gera diferentes e desiguais apropriações dos bens culturais. Isso faz com que os jovens saiam da cidade natal para tentar sobreviver em outros urbanos, que mesmo não oferecendo melhores condições culturais, dá a oportunidade de melhorar a vida a partir de sub-empregos.

As culturas populares existem porque a reprodução desigual da sociedade gera uma apropriação 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 satisfação específica de suas necessidades nos setores excluídos da participação plena no

produto social; uma interação conflitiva entre as classes populares com as hegemônicas pela apropriação dos bens (CANCLINI, 1987, p. 49).

Em todas as famílias entrevistadas, o cenário é o mesmo. E, pelo menos duas pessoas já fizeram este percurso. É uma região castigada pela seca e por processos históricos de sonegação de direitos humanos básicos e desigualdade social. Também é precária a oferta de cursos de qualificação profissional para jovens e por isso, a grande necessidade de formação de mão de obra qualificada para enfrentar os problemas da desigualdade social.

A região apresenta um cenário de grandes diversidades culturais. Dessa forma, em Glória do Goitá existe um grupo de muitos maracatus rurais, coquistas, cirandeiros, mestres mamulengueiros, e uma raridade de artistas e artesãos anônimos. Em um diagnóstico elaborado por jovens do Giral⁶ referente à arte e a cultura da região, percebemos as potencialidades culturais e o grande número de artistas, artesãos e jovens que trabalham com a arte e cultura. São mamulengueiros, integrantes de maracatus, cabloquinhos, cocos, cirandas, teatro. É visível à necessidade de registro e divulgação desses artistas que precisam de um estímulo para continuar trabalhando, gerar renda e desenvolvimento para o município. Com exceção daqueles que por iniciativas próprias compõem seus grupos independentes e organizam grupos em processo de mobilização social. Esses conseguem, mesmo que precariamente, manter-se desenvolvendo suas atividades.

Estes grupos são considerados marginais por constituírem-se de indivíduos que contestam a cultura e a organização social estabelecida, adotando uma política ou filosofia contraposta à que está em vigência. É importante salientar que os grupos culturalmente marginalizados estão contidos dentro dos grupos marginais urbanos e rurais, sendo que um indivíduo que pertence a um grupo culturalmente marginal, conseqüentemente, estará dentro de um contexto rural ou urbano (CORNIANI; BONITO, 2006, p. 223).

Os investimentos do Governo Federal através dos vários programas de incentivo a produção de material regional tem contribuído com o crescimento de iniciativas que valorizam essas práticas. Elas não só contribuem para a formação de cidadãos mais críticos e conscientes de suas realidades, como também para a democratização da comunicação. Porém, há uma ausência de espaços que fomentem e ofereçam a arte e cultura. Assim, como nesses municípios, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2006) revela que somente 13% dos

6 Organização não governamental, fundada em 2007, em Glória do Goitá, com a missão de utilizar as tecnologias de informação e comunicação para despertar e potencializar capacidades e saberes dos jovens glorienses. A instituição já produziu três documentários sobre o mamulengo e os mestres mamulengueiros da região. Outras informações podem ser acessadas em www.giral.org.br.

brasileiros vão ao cinema uma vez por ano e mais de 90% dos municípios do país não tem sala de cinema, teatro, museu ou outros espaços culturais. Dessa forma, Glória do Goitá está no quadro desses municípios.

METODOLOGIA

Parafraseando Schmidt, Beltrão se preocupa com os processos em que as pessoas de comunidades marginalizadas estabelecem para se comunicar e para transmitir valores, conhecimentos e sentimentos. Ao estudar esses processos percebeu que os grupos marginalizados reelaboram a sociedade e suas relações apresentando uma visão própria, às vezes questionadora da visão dominante e institucionalizada. Surge daí o conceito de folkcomunicação, teoria estudada por essa pesquisa. Por folkcomunicação entende-se “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 2001, p. 79).

A pesquisa foi realizada a partir de estudos empíricos, com entrevistas semi-estruturadas, pesquisa qualitativa e pesquisa bibliográfica. Além disso, o artigo é resultado de muito diálogo, visitas e conversas informais com os associados da Associação de Mamulgueiros e Artesãos de Glória do Goitá. Durante as pesquisas, foram presenciadas as preocupações dos envolvidos na associação em ações para geração de renda e articulação política com o Governo Municipal e Estadual.

Esse cenário foi remetido às conclusões de Schmidt, sobre a pesquisa das expressões folkcomunicacionais. “O processo da pesquisa das expressões folkcomunicacionais, onde interagem elementos tradicionais e modernos, rurais e urbanas, popular e massivo, vai além de uma relação unilateral investigador-objeto, ele abrange uma relação com todo o contexto” (SCHMIDT, 2004). Neste sentido, recorreremos a Bosi quando fala sobre pesquisa com compromisso afetivo.

Uma pesquisa é um compromisso afetivo, um trabalho ombro a ombro com o sujeito da pesquisa. E ela será tanto mais válida se o observador não fizer excursões saltuárias na situação do observado, mas participar de sua vida. A expressão observador participante³ pode dar origem a interpretações apressadas. Não basta a simpatia (sentimento fácil) pelo objeto da pesquisa, é preciso que nasça uma compreensão sedimentada no trabalho comum, na convivência, nas condições de vida, muito semelhantes (BOSI, 1979, p. 2 apud SCHMIDT, 2004).

A pesquisa também foi facilitada por laços de amizade e conhecimento entre os pesquisados. Essa realidade favoreceu a aproximação, as entrevistas e diálogos e, sobretudo,

permitiu que a pesquisa fosse realizada com clareza para que todas as informações pudessem aparecer e contribuir com a elaboração do trabalho.

Por isso, recorre-se também a Schmidt, quando fala sobre a metodologia da pesquisa em folkcomunicação. Segundo ela, essa é uma metodologia do campo da comunicação que transita pelo arcabouço metodológico da área das ciências sociais aplicadas. “Daí inicia-se um processo de aprendizagem não somente epistemológico, mas principalmente da leitura do próprio cotidiano e das aptidões pessoais e profissionais do pesquisador” (SCHMIDT, 2004).

Percebemos também que, ao respeitarmos as aptidões individuais e os apelos do objeto o desenvolvimento do projeto se dá de uma maneira mais rica e espontânea, e podemos contar com um ambiente mais criativo e envolvente a ponto de considerar a pesquisa como parte da vida dos pesquisadores, e o fazer ciência constitui-se em ir além de mecanismos metodológicos para ser meio de diálogo entre diferentes culturas e grupos sociais (SCHMIDT, 2004).

ASSOCIAÇÃO DE MAMULENGUEIROS E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

A Associação de Mamulengueiros e Artesãos de Glória do Goitá é formada em sua diretoria por seis pessoas nas funções de presidente, vice-presidente, secretário, vice-secretário, tesoureiro e vice-tesoureiro. Em 2007 a associação recebeu o prêmio *Mestre Duda 100 Anos de Frevo*. Com o recurso da premiação, a associação comprou máquinas (serrotes, estiletes, facas) para fabricação de bonecos, realizou oficinas de mamulengo para estudantes das escolas públicas (municipais e estaduais) de Glória do Goitá e convidou o Mestre Mamulengueiro Zé de Vina para ministrar oficinas de manipulação de bonecos.

Como resultado desses encontros, foi constituído o mamulengo Nova Geração. O mamulengo é composto por cinco associados da associação e realizam apresentações em diversas cidades de Pernambuco e outros estados - Pesqueira, Garanhuns, Taquaritinga, Fernando de Noronha, Lagoa do Carro, Condado, Recife e Olinda em Pernambuco, além de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Vitória do Espírito Santo, Manaus e outras capitais já foram palcos para apresentação do grupo. Prefeituras e instituições convidam o grupo para realizar apresentações em campanhas institucionais, como em casos para campanha de prevenção da dengue, AIDS, e também para incentivo à leitura. Essa situação nos remete ao conceito educomunicação de Isamr de Oliveira Soares, quando fala de ecossistemas comunicativos como os diversos lugares e práticas para se aprender e ao conceito de folkcomunicação estipulado por

Beltrão, quando cita a teoria como o meio de comunicação dos marginalizados através da cultura popular.

Com a globalização e uma economia voltada para o mercado mundial que os meios de comunicação apresentam novos formatos direcionados a públicos específicos e com linguagens específicas. Passam a trabalhar com os modos culturais da cultura do consumo, da identidade/individualidade, da lamentação/reclamação, da cidadania; e por fim, firmam-se nos modos advindos da cultura da performance, da atitude, do espetáculo e da publicidade e propaganda (SCHMIDT, 2004).

Além das apresentações realizadas pelo grupo de mamulengo, a associação confecciona bonecos em madeira⁷ que são expostos e comercializados em diversos lugares. Os produtos confeccionados pela associação são expostos para venda no Centro do Artesanato de Pernambuco em Bezerros, Fenearte, Festival de Inverno de Garanhuns, Festival de Cabloquinhos em Goiana. Além disso, os bonecos já foram comercializados em Manaus, São Paulo, Rio de Janeiro, Boa Vista, São Luis do Maranhão, Belo Horizonte, Brasília, Garanhuns, e vários estados do Brasil na realização da caravana *Sesi*⁸ *Bonecos do Brasil*. Segundo a presidenta, são essas participações que garantem a sustentabilidade de associação.

INOVAÇÃO

Atualmente, estão fabricando bonecos caricaturados de artistas, como os palhaços Patati e Patatá, a cantora Sandy, e os artistas Priscila Fantin e Reynaldo Gianecchini. A inovação é resultado de uma experiência em Fazenda Nova. Um representante da associação foi convidado para produzir bonecos caricaturados manipulados em Fazenda Nova, Brejo da Madre de Deus para a gravação de filme que tem como cenário o teatro de Fazenda Nova, considerado o maior teatro ao ar livre do mundo.

A experiência rendeu outros frutos e o associado já está recebendo encomendas para produção de caricaturas manipuladas em madeira. Assim, podemos contextualizar o

7 Os bonecos são confeccionados em madeira mulungu, conhecida por ser uma madeira apropriada para arte. No Município existe uma área de reflorestamento desse tipo de madeira. As árvores que são cortadas veem dessa área que é constantemente replantada.

8 O Projeto Sesi Bonecos do Brasil e do Mundo, uma caravana que traz em sua bagagem verdadeiras relíquias da tradição bonequeira e os mais expressivos talentos da contemporaneidade na arte de manipulação de bonecos. O evento proporciona aos expectadores uma viagem cultural entre as diversas regiões do país e, até, outros lugares do mundo. Mestres mamulengueiros, grupos de teatro de bonecos de todo o país e do exterior, shows multiculturais, cenografia temática, exposições, oficinas, performances artísticas e desfiles de bonecos gigantes fazem parte da programação que já foi vista por mais de 1 milhão de pessoas de diversos estados brasileiros. Informações em http://www.al.sesi.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=246:o-projeto-sesi-bonecos-do-brasil-e-do-mundo&catid=35:noticias&Itemid=96.

envolvimento da mídia influenciando nas vivências folkcomunicacionais. Diferente do folkmarketing, as apropriações dos contextos dos meios de comunicação estão sendo feitas pelas comunidades marginalizadas e até pelos líderes de opinião como no caso, o mestre mamulengueiro na fabricação de bonecos. O conceito de folkmarketing teve seus estudos iniciais com o professor Severino Lucena. Segundo Lucena, numa visão genérica o termo folkcomunicação “significa o conjunto de apropriações das culturas populares com objetivos comunicacionais, para visibilizar produtos e serviços de uma organização para os seus públicos-alvo” (LUCENA, 2006, p. 267).

Na Associação de Mamulengueiros, a cena e o cotidiano local, está se apropriando de contextos globais. Essa prática ainda está começando, mas a demanda para esse tipo de serviços, segundo os artesãos é grande. “*Começamos a fazer esses palhaços e aumentou muito as encomendas*”, comenta Edjane Maria Ferreira de Lima, presidente da associação. Os bonecos são confeccionados no memorial do mamulengo, local onde também funciona a Associação e a exposição de bonecos. O prédio é aberto pelos artesãos para receber turistas e curiosos de segunda a sexta-feira, das 8 às 17 horas. Esse processo, construído pelos artistas e artesãos do mamulengo em Glória do Goitá, revela as novas formas de organização da vida rural e contribuem para manter a população em seu local de origem, e gera melhores condições de vida a partir da vivência com a organização social e cultura popular, como diz Bras Callou:

[...] as formas associativas e cooperativas de produção se diversificam no meio rural; que enxerga o campo como território das culturas populares híbridas, abandonando a visão romântica das populações rurais imunes à cultura de massa; e que atua num cenário de embate das lutas populares na perspectiva da “concertação” e do desenvolvimento com sustentabilidade (CALLOU, 2007, p. 107).

Podemos ainda destacar que a experiência contribui para o desenvolvimento local. Trataremos do desenvolvimento local, rural ou urbano, como um processo que mobiliza pessoas e instituições com o mesmo imaginário convocante, que se organizam para realizar atividades e ações coletivas que gere melhores condições de vida para o coletivo, com respeito ao meio ambiente, aos direitos humanos, e a justiça social. Podemos destacar nosso conceito, embasados e em concordância com o professor Paulo de Jesus, segundo ele, essa ação pressupõe um esforço concentrado e localizado.

Desenvolvimento local é entendido como um processo que mobiliza pessoas e instituições [...]. Assim, se trata de um esforço localizado e concertado, isto é, são lideranças, instituições, empresas e habitantes de um determinado lugar que se articulam com vistas a encontrar atividades que favoreçam mudanças nas condições

de produção e comercialização de bens e serviços de forma a proporcionar melhores condições de vida aos cidadãos e cidadãs [...] sobretudo no que diz respeito ao processo de participação horizontal que o desenvolvimento local alternativo implica. (JESUS, 2003, p. 72 e 75).

Assim como afirma o conceito de desenvolvimento local, esse processo folkcomunicação criado e mantido pela associação de mamulengueiros é uma experiência que por diversos fatores contribuem para o desenvolvimento local, aumento da renda e melhoria na qualidade de vida dos artistas e artesãos locais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo folkcomunicação como estratégia para o desenvolvimento local: o caso da Associação de Mamulengueiros e Artesãos de Glória do Goitá, Pernambuco, é uma experiência que contribui para o desenvolvimento local, na medida em que mobiliza artistas e artesãos para a ação coletiva da melhoria de vida, vivência cultural e geração de renda sem agredir ao meio ambiente.

A experiência de produção de bonecos e apresentação do teatro de mamulengo tem reunido diferentes pessoas e contribuído com a concretização do município como terra berço do mamulengo. Os bonecos e as apresentações da Associação já circularam por diversas cidades de Pernambuco, do Brasil e do mundo, atraindo cada vez mais turistas para visitar o memorial do mamulengo de Glória do Goitá.

Reconhecendo essa perspectiva, o prefeito do município adesivou os carros institucionais, bem como confeccionou camisetas e adesivos para divulgar a cultura local. Os artesãos da associação, sensibilizados com a identidade cultural realizaram oficinas de produção de bonecos e apresentação do teatro de bonecos para alunos e professores da rede pública de ensino, e com a renda das apresentações já melhoraram a qualidade de vida, ganharam prêmio, e diferente dos conterrâneos, não deixaram a terra natal para procurar sustentabilidade longe dos familiares, nos grandes centros urbanos do sul e sudeste do país.

Com a influência dos meios de comunicação, os artesãos já inovaram e estão confeccionando bonecos caricaturados de artistas da Rede Globo de Televisão e cantores reconhecidos nacionalmente. Ver-se aí, uma inovação, reconversão e hibridização cultural do processo folkcomunicação. Revelando assim, que mesmo nesse processo de globalização desigual, os artistas estão atentos e motivados culturalmente, e continuam produzindo e

encontrando novas soluções para permanecer sobrevivendo e vivenciando a arte, a cultura, e as novas formas de comunicação. RIF

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação, de fatos e expressões de idéias. Porto Alegre: Edipucrs, 2001.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes. Comunicação Rural e Era Tecnológica: Tema de Abertura. In: **Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento local**. Recife: Bagaço, 2002. p. 07-28.

JESUS, Paulo de. Desenvolvimento Local. In: CATTANI, David. (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz, 2003.

SCHMIDT, Cristina (Org.) **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006.

_____. Folkcomunicação: uma metodologia participante e transdisciplinar. In: CONFERÊNCIA BRASILEIRA DE FOLKCOMUNICAÇÃO, 7., 2004, Lajeado. **Anais...** Lajeado: Univates, 2004, 1 CD-ROM.