

A Folkmarketing como estratégia para o desenvolvimento local: A paleontologia da cidade de Maravilha - AL e seu potencial cultural e econômico*.

Danilto Rodrigues Silva¹
Frank Barreiros de Souza²
Mauricio de Siqueira Silva³

Resumo:

Este trabalho busca mostrar a importância da folkmarkeing como estratégia de desenvolvimento para o município de Maravilha, Estado de Alagoas, trazendo à tona suas descobertas arqueológicas que representam uma riqueza turística a ser explorada. Uma estratégia para uma melhor apresentação dessa riqueza é a folkmarketing, que a partir da perspectiva de que a evolução das ferramentas de comunicação como é o caso da folkcomunicação, que vai além de simplesmente empenhar-se para cumprir os objetivos de marketing é de fundamental importância para a promoção de produtos ou serviços, utilizando-se de estratégias de apropriação de suas riquezas folclóricas e culturais atrelada a comunicação.

Palavras – Chave Folkmarketing; Folkmídia; Desenvolvimento; Apropriação; Paleontologia.

Introdução

A cidade de Maravilha fica localizada no Sertão alagoano, com cerca de 10.276 habitantes segundo dados do IBGE 2010. Com pouco mais de 58 anos coleciona inúmeras histórias, dentre elas pode ser destacada o motivo pela escolha do seu nome, segundo relatos contados por moradores mais antigos, anteriormente era chamada de

*Trabalho a ser apresentado no GT 4: Folkcomunicação e Desenvolvimento Local da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

¹ Estudante do curso de graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Alagoas-Campus Sertão. Email: daniltors@hotmail.com

² Estudante do curso de graduação em Ciências Econômicas da Universidade Federal de Alagoas-Campus Sertão. Email: frank.barreiros26@gmail.com

³Professor da Universidade Federal de Alagoas-Campus Sertão, Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local-POSMEX-UFRPE, Email:mauricio.uast.ufrpe@hotmail.com

Cova dos Defuntos devido a uma epidemia de cólera, a qual foi a responsável pela maior parte das mortes da época, por ser um grande número de vítimas, os cadáveres eram enterrados em vala única. Alguns anos mais tarde um padre passando pela região ficou encantado com as belezas do lugar e falou “esta cidade ainda vai ser uma Maravilha”. A população entusiasmada com tal afirmação guardou essa frase até o momento do desmembramento da cidade de Santana do Ipanema, quando se tornou município emancipado em 02 de janeiro de 1959, a partir deste momento a pequena cidade passou a se chamar Maravilha. É portadora da Serra da Caiçara, com uma altura de cerca de 800 metros de altitude ganha destaque por ser a segunda maior do estado de Alagoas e é um dos atrativos que mais chama a atenção dos visitantes se tornando um dos símbolos mais imponente da cidade.

A descoberta mais importante para cidade foi a paleontologia, uma ciência que tem como principal foco estudar os animais e vegetais vividos na pré-história, utilizando análises de fósseis, sendo possível obter informações do tipo: idade do fóssil, condições de vida e morte do ser fossilizado, características, influencias ambientais, entre outras. Esse tipo de estudo é importante pois podemos saber informações sobre a época além auxiliar a sociologia, biologia, arqueologia, história e etc.

Ovo da Ema é uma comunidade rural que faz parte do município de maravilha, lugar das primeiras descobertas. Moradores encontraram em meados de 1996 uma ossada diferente de tudo que eles já haviam visto o que viria ser mais tarde a maior descoberta histórica da cidade. Com estas descobertas, o município começou a se destacar entre os outros do estado, rádios, jornais e programas de televisão que outrora era pouca difundida entre os meios de comunicação.

Percebendo a importância do acontecimento a prefeitura da cidade iniciou um processo de divulgação em cima do descobrimento, foi construído na praça central uma estátua em tamanho real de uma Preguiça-gigante de 4 metros de altura datada de mais de 10.000 anos, a qual outrora foi uma das primeiras espécies a ter os fósseis encontrado. Outros monumentos foram construídos ao longo do tempo, como a imagem do Tigre Dente de Sabres localizada em frente ao museu paleontológico da cidade ou o mastodonte que está sempre sobre vigia no sítio onde seu fóssil foi encontrado.

No entanto, após algum tempo esse processo de divulgação foi estacionando aos poucos, ficou estampado apenas nas esculturas espalhadas em alguns pontos da cidade e ficaram esquecidas pelo seu real sentido e ao mesmo tempo lembradas pela sua imponentia nas paisagens que ocupam a cidade. O Museu Otaviano Florentino Ritir foi criado algum tempo após as descobertas, expondo as descobertas originais e pinturas com desenhos que retratava a época Cenozoica³, fica aberto ao público com todas as informações colhidas nas pesquisas até hoje.



Fonte: dos autores

Na imagem acima pode-se observar uma exposição feita no museu paleontológico mostrando fósseis, e uma réplica de como seria o Mastodonte em sua forma física. Uma

³ A **Era Cenozoica** se iniciou há 65 milhões de anos e se estende até os dias atuais. Dividida em dois Períodos distintos, o Período Terciário e o Período Quaternário, a sua principal característica é o surgimento de novas espécies depois do grande cataclismo (meteoro) que se abateu sobre a terra no final da Era Mesozoica e que teria sido o responsável pela extinção dos dinossauros que até então predominavam sobre a terra.

espécie de animal pré-histórico que viveu durante o Plistocénico, eram herbívoros que se alimentavam de vegetação macia como folhas, moitas e ramos. As suas presas de marfim chegavam aos 5 metros de comprimento. Este animal diferenciava dos mamutes pelo formato dos seus dentes, de forma mais cónica e mais adaptados à mastigação de folhas moles. Para a facilitação do entendimento do visitante a exposição do fóssil tinha como agregada uma foto do animal onde a parte que se destaca em vermelho corresponde ao osso que está sendo exibido.

A economia local é baseada principalmente no comércio de lojas e mercados, detendo da maior parte da economia os mercados estão espalhados em algumas partes da cidade, bem como as lojas que geralmente são de vestuário masculino e feminino. A agricultura e pecuária também são fortes fontes econômicas da região girando em torno da produção animal com a produção leiteira e a produção vegetal, embora não seja em larga escala possibilita o suprimento das necessidades básicas familiares.

Por ser uma cidade pequena e conter uma quantidade elevada de habitantes, o nível de desemprego é alto inviabilizando a conquista de emprego, obrigando os inativos na área do trabalho a irem buscar oportunidades em outros lugares, já para quem decide permanecer na cidade fica submetido a trabalhos que pagam salários baixos e permitindo involuntariamente uma renda limitada.

A falta da exploração e investimento impossibilita um avanço econômico no município, isso torna a integração de novas possibilidades de empregos para os habitantes locais. É nítida a importância da história como desenvolvimento de novas formas de exploração cultural, visto que na cidade há um nicho de mercado a ser explorado via uso dessa riqueza arqueológica.

A importância do apoio a ser dado na divulgação cultural do elemento para alavancar a economia local, uma vez que algo novo em cidade pequena sempre é alvo de especulações e não seria diferente com esse assunto, principalmente porque iria ajudar os próprios moradores, quanto mais pessoas de fora circulando pela cidade, mais renda será gerada a partir do turismo.

Conforme aponta Bastos (2014):

Se não há interação da população com o patrimônio histórico e cultural, certamente não haverá ganhos benéficos para um todo. A população tem que estar conscientizada na importância dos seus bens para um melhor aproveitamento do turismo em seu município, pois, a cidade não estará preparada para tal interação. (BASTOS, 2014, p. 87)

O desenvolvimento econômico e social acerca do turismo é um tema que vem ganhando bastante visibilidade, já hoje integra uma grande parte do PIB brasileiro, nesse município embora tenha grandes fontes para esse mercado, deixa de explorar a capacidade de trazer novas possibilidades de renda. Outro aspecto que o turismo trará para a cidade seria a questão da identidade cultural da localidade.

A cultura pode ser definida como um conjunto de aspectos que reúne o conhecimento da arte, das crenças, da história, dos costumes e dos hábitos transmitido por gerações. Cada lugar detém de sua própria história podendo se apropriar dela para fins de enriquecimento cultural, social e econômico, como aponta os autores abaixo:

Considerando que as localidades podem utilizar seus potenciais e as habilidades, capacidades e competências dos sujeitos que as integram para desenvolverem-se de forma endógena, pressupõe-se que localidades com potenciais turísticos podem desenvolver-se a partir de estratégias que busquem o incremento da economia local e a melhoria da qualidade de vida de sua população a partir da otimização de suas características naturais, histórias e culturais. (SCÓTOLO e NETTO, 2009, p.47)

Na cidade de Maravilha, por exemplo, a cultura representativa da cidade é focada na dança e em manifestações folclóricas, como o reisado, pastoral, zabumba e quadrilhas juninas, outra característica forte são os contadores de toadas e as literaturas de cordéis.

Anualmente acontece a festa da Padroeira Sagrada Família que ocorre entre os dias 31/11 até o dia 07/12, é marcada por festividades que costumava parar a cidade, mas por questões políticas ficou limitada apenas em âmbito religioso. Porém é uma cultura pequena que não dá para se destacar entre os outros municípios do estado, restringindo apenas a pessoas da região.

Vale ressaltar que museu da cidade conta com o uso de redes sociais (Facebook), e por ser um meio de comunicação em que a propagação de informações é mais rápida e é acessível para todos, na página são feitas postagens em três idiomas, português inglês e espanhol, proporcionando assim um alcance maior de pessoas.

Com tudo, esbanja um grande potencial que poderá levar a um desenvolvimento com base nas descobertas arqueológicas que trará movimentação para a localidade e assim, mostrando-se como uma vitrine da cidade.

O Brasil é dotado de descobertas importantes para o estudo paleontológico e histórico, em algumas regiões do país é possível encontrar indícios que comprovam que acolheu a milhões de anos atrás humanos da pré-história, viabilizando uma grande leva de turistas para essas localidades e tornando um grande aumento econômico nessas regiões, desta forma, esse é o nicho de mercado visivelmente promissor para a localidade.

Para a realização do presente trabalho, a metodologia utilizada foi de análise de informações com base em sites que falam sobre o município, e sobre as descobertas arqueológicas da região e dispomos de uma pesquisa de campo realizado no museu paleontológico, bem como visitas e entrevistas no museu, Otaviano Florentino Ritir objetivando a obtenção de informações, esclarecimento a cerca dessas descobertas. Foram feitos também registros fotográficos devido ao pouco conteúdo disponível para a obtenção dessas informações, também foram utilizadas análises bibliográficas sobre esta temática através de artigos e livros.

Também foi encontrado cordéis que tratam das descobertas paleontológicas na região, isso deu suporte para uma melhor análise de que o folk já é utilizado na localidade, mesmo que naturalmente e sem conhecimento.

Isso pode ser diagnosticado no cordel abaixo:

MARAVILHA

[...]

O Museu Paleontológico
No centro desta cidade
Conserva os fósseis encontrados
Do que viveu de verdade
Há mais de trinta mil anos
Agora vai conservando
Até a eternidade

No museu também existe
Umas pedras preciosas
Tiradas do subsolo
Também das partes rochosas
Lá na Serra da Caiçara
Pois essa beleza rara
Torna-se mais valiosa

Também tem museu de campo
No sítio Ovo da Ema
Pra quem quiser conhecer
Pode crer que vale a pena
Ver no campo e na cidade
Conquistar nova amizade
E resolvido o problema

Na praça existe réplica
De alguns dos animais
Que viveram mais ou menos
Trinta mil anos atrás
Como a preguiça gigante
E o tigre adiante
Acredita nos demais
[...]
Uma cidade pequena
Mas dá gosto se olhar
Um povo hospitaleiro
Que é de admirar
Por isso está prevista
Para atrair turista
Quase de todo lugar

Finalizo aqui dizendo
Para os que não sabia
Mesmo em tempo de crise
Aqui é só alegria
Veja que não é comum
Pois aqui é dois em um
Maravilha, em Maravilha.

(Profº Espedito Santos)

Folkmarketing

Pelo forte crescimento de ferramentas comunicacionais percebe-se o aumento da publicidade como estratégia, através do marketing, várias empresas fazem uso do mesmo, com o objetivo de divulgação de seus produtos e serviços. E por alcançar as pessoas pela cultura em são inseridos, ela torna-se um elemento comunicacional importante para todos. Diante disto surgiram diversos elementos comunicacionais como por exemplo, a Folkmarketing.

Para que se possa haver um entendimento acerca do assunto é preciso fazer um esclarecimento sobre este elemento comunicacional. A Folkmarketing reforça a identidade de um povo, bem como a valorização da cultura local, através de objetos comunicacionais promovendo a integração de culturas. Diversas entidades fazem o uso da Folkmarketing a fim de se apropriar-se dos elementos culturais da região e assim fazendo uma aproximação com seu público.

Para Lucena Filho (2012 p.31) a Folkmarketing:

O termo Folk = povo, ajuntado à palavra marketing [...], resulta na expressão Folkmarketing que, segundo uma visão genérica, 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 Filho, 2012, p. 31)

Com isto, percebe-se que a sua relevância de alavancar produtos e serviços e consequentemente mostrar a população uma imagem positiva de um investimento na área cultural, bem como a valorização de manifestações ou acontecimentos, reconhecendo a cultura local, trazendo uma série de benefícios como, por exemplo, o turismo fomentando a economia promovendo o desenvolvimento local.

Conclusão:

Como já fora citado a Folkmarketing tem a capacidade de alavancar produtos e serviços, a cidade de Maravilha existe uma riqueza paleontológica, que pode ser vista como uma alternativa de desenvolvimento para a cidade, no entanto, ainda são pouco



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

usadas essas ferramentas Folkcomunicacionais para sua demarcação na economia do turismo e cultural.

Embora tenha uma grande riqueza e variedade de objetos arqueológicos, a referida cidade não é tanto explorado como um meio de desenvolvimento econômico e cultural por parte da falta de conhecimento do poder público e do reconhecimento de sua população com seu cabedal de riqueza arqueológica. O uso da Folkmídia e da Folkmarketing seria de fundamental importância para a exploração de suas potencialidades.

A estratégia a ser utilizada seria a apropriação das descobertas arqueológicas regional como forma de promoção do comercio, poderia ser usado também a comunicação como meio de propagar a imagem do se quer transmitir, assim, a folkmídia seria capaz de sintetizar a capacidade de transmitir uma informação com apenas imagens, o que já ocorre coma a exposição das estatuas dos animais pré-históricos, isso influencia no pré-conceito que o visitante tem ao chegar à cidade e permite a auto propaganda, conforme mostrado a figura abaixo, de uma preguiça gigante que fica exposta na praça da cidade, isso intuitivamente já traz um imaginário de que foram descobertos esses animais Pré históricos naquela localidade.



Fonte: dos autores

Já a Folkmarketing exerceria o papel de divulgação permitindo uma ampla visualização do elemento e o conjunto dessas características seria a estratégia viável para alavancar o desenvolvimento local através desses dois elementos em conjunto.

Dessa forma, a Folkmídia também traria desenvolvimento para a região, uma vez que tornaria capaz de potencializar o desenvolvimento local utilizando a apropriação da paleontologia como modo de crescimento a partir do desenvolvimento do turismo histórico, cultural, científico e ambiental proporcionado pelos achados arqueológicos e paleontológicos.

Seria de extrema importância mais incentivos e apoio governamental, além do incentivo populacional para maior divulgação dos achados arqueológicos locais.

Entretanto, são muitos os desafios encontrados e que devem ser superados para desse modo haver maior concretização do reconhecimento de identidade e cultura local. Visto que uma cidade só pode construir sua própria “independência” cultural com o uso dos meios corretos, como a busca da própria população pela mesma.

A Folkmarketing seria o meio mais apropriado para se fazer uso nesse sentido, pois se daria uma maior apropriação da autonomia de desenvolvimento e crescimento local.

É relevante citar ainda que um meio de divulgação como tal, proporcionaria melhoria no âmbito econômico local, o número de empregos poderia aumentar devido a visita dos turistas. Não apenas as visitas aos fosséis paleontológicos seriam feitas, pois, haveria consumo e compra de outros itens que poderiam ser oferecidos na localidade.

A junção proporcionaria aumento e giro considerável na economia em consequência, o desenvolvimento e crescimento poderiam se expandir, ocasionando um maior reconhecimento do local proporcionando assim, uma melhoria na qualidade de vida da população maravilhense.

REFERENCIAS

BASTOS, Sênia Regina. Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade/ Pioneira Thomson Learning.

LIMA Ana Nathiely Silva, et all. PROJETO DE PESQUISA E INTEGRAÇÃO- PPI MARAVILHA: OLHARES DO PASSADO, PRESENTE E FUTURO disponível em <http://olharesdemaravilha.webnode.com.br>, acesso em 5 de abril de 2017.

LUCENA F, S.A. A Festa Junina em Campina Grande-PB: uma estratégia de folkmarketing. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB,2007.

SCÓTOLO Denise, NETTO Alexandre Panosso. CONTRIBUIÇÕES DO TURISMO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL, Cultur, 2009.

SHMITT Mariana, MACHADO Vanessa, CORNIANI Fábio. Folkmarteting na Cidade de São Miguel das Missões, Itercom - Novo Hamburgo, RS, 2010.



XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE

Um museu de feras pré-históricas no Sertão de Alagoas. Disponível em:
<http://meioambienteeturismo.blogspotagazetaweb.com/2016/07/06/um-museu-de-feras-pre-historicas-no-sertao-de-alagoas>, acesso em 12 de Abril de 2017