

Folkcomunicação e Desenvolvimento Local: Uma análise do evento Feijoada da cidade, realizada na cidade de Pilar-PB¹

Josilene da Silva FÉLIX²

Resumo

O objetivo deste estudo é analisar como um dos principais eventos da cidade de Pilar, interior da Paraíba: a feijoada da cidade, inserida num processo folkcomunicação contribui para a promoção do desenvolvimento local. Dessa forma, o aporte teórico utilizado foi a teoria da folkcomunicação e as conceituações de desenvolvimento local. Metodologicamente, os estudos foram levantados a partir de pesquisas bibliográficas e entrevista semi-estruturada. Ao final do artigo, pode-se constatar que tal evento apresenta características folkcomunicacionais e que o mesmo contribui para o desenvolvimento local de Pilar,

Palavras-chave: Folkcomunicação; Desenvolvimento Local; Pilar; Feijoada da cidade

INTRODUÇÃO

O presente artigo, a partir do evento ‘A feijoada da cidade’, realizado no município de Pilar, interior da Paraíba, tem a finalidade de analisar como aquele, inserido num processo folkcomunicação, contribui para o desenvolvimento local da cidade.

Para tanto, fundamenta-se nos estudos da teoria da Folkcomunicação, oriundos do jornalista Luiz Beltrão, discorrendo também sobre as conceituações de Desenvolvimento local. É pertinente ressaltar que a cidade aonde este evento é promovido, enquadra-se no conceito de ‘rurbano’ de Gilberto Freyre, também contextualizado no trabalho.

Ao final deste artigo, constatou-se que inserida num processo folkcomunicação, a feijoada, organizada pela comunidade de Pilar contribuiu para o desenvolvimento local. Além da pesquisa bibliográfica, a metodologia empregada neste trabalho contou com a técnica de entrevista semi-estruturada.

PILAR

¹ Trabalho apresentado ao GT4: Folkcomunicação e Desenvolvimento Local da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

² Graduada em Comunicação Social-Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba e graduanda em Pedagogia Educação do Campo pela universidade supracitada. E-mail: josafelix@hotmail.com

Pilar, é uma cidade localizada no interior da Paraíba, pertencente à Mesorregião da Mata paraibana na Microrregião de Sapé. Segundo o Instituto Brasileiro de Estatística (IBGE), censo 2010, sua estimativa populacional é de 11.786 habitantes e situa-se a 52km² da capital paraibana.

Silva (2007), contextualiza que a origem do município de Pilar se deu por volta do século XVI, com a colonização dos holandeses. O local, possui em sua origem à predominância da cultura indígena, assumiu características de povoado no ano de 1670 e posteriormente em 14 de setembro de 1758 foi elevado à categoria de Vila, assumindo o papel de cidade em 15 de novembro de 1838.

Economicamente, a população pilarense dedica-se à várias ocupações, alguns trabalham na agricultura e na pecuária, daí se destaca a criação de bovinos, caprinos, suínos, galinhas, outras trabalham no comércio e nas repartições estaduais ou na prefeitura.. (SILVA, 2007).

Um conceito que se encaixa na cidade de Pilar é o de “rurbano”, devido as peculiaridades que a mesma apresenta, mesclado o meio rural com o urbano. Segundo Gilberto Freyre, (1982, p. 57) rubarnização seria:

Um processo de desenvolvimento socioeconômico que combina, como formas e conteúdos de uma só vivência regional — a do Nordeste, por exemplo ou nacional — a do Brasil como um todo — valores e estilos de vidas rurais e valores e estilos de vida urbanos. Daí o neologismo: rurbanos

Culturalmente, Pilar destaca-se pelas festas que realiza, dentre as principais estão: carnaval, festividades juninas, festa da Padroeira, Festa de Emancipação Política Municipal, é dentro desta última supracitada que se encaixa o objeto de estudo deste trabalho ‘a feijoada da cidade’.

FEIJOADA DA CIDADE

Antes de descrever o evento a ser analisado, considera-se importante explanar o que veria a ser cultura popular. A feijoada no contexto deste trabalho, faz parte de uma manifestação popular?

É sabido que o conceito de cultura popular não é compreendido da mesma maneira por todos os estudiosos da área, alguns até à alocam como sinônimo de folclore outros preferem distinguir os dois fenômenos, no

entanto, referencio esta definição de Aldo Vannucchi (2006, p.99): “Trata-se, por consequência, de cultura distinta e até oposta à cultura dominante, dentro de uma sociedade desigual. Uma cultura baseada muito mais no “fazer” do que no “saber”.

O autor enfatiza ainda o fato de ser uma cultura criada pelo povo, cita ainda como sendo manifestações de cultura popular “técnicas domésticas de trabalho, práticas de cura, habilidades artesanais, literatura oral, folguedos tradicionais, crenças, músicas e muitas outras vivências”. (VANNUCCHI 2006, p.97)

Dessa forma, o evento da “feijoada da cidade” enquadra-se como uma manifestação de cultura popular, tendo em vista que é um evento tradicional na cidade de Pilar, produzido pelo povo, para o povo e em prol de uma causa.

A versão mais conhecida sobre a origem da feijoada, é a de que ela é um prato que surgiu com os africanos escravizados, no entanto essa versão não se sustenta ao longo da história, apropriado ao longo dos anos, o prato popular, hoje é conhecido como um símbolo nacional, sobre este fenômeno de apropriação da cultura popular, Aldo Vannucchi, ressalta:

Sabe-se aliás, que uma das características da nossa cultura popular é o fenômeno de apropriação de manifestações particulares de alguns de seus grupos pelo resto da sociedade, sendo até transfigurados em um símbolo nacional. É o caso da feijoada: de aproveitamento pelos escravos das sobras da mesa dos senhores, foi guindada à categoria de prato nacional. De símbolo de negritude e de tensão social, passou a ser depurada e manipulada como símbolo da nação toda.. (VANNUCCHI, 2006, p. 108)

No caso da cidade de Pilar, a feijoada tornou-se um evento, evento este que é organizado pela Igreja Matriz Nossa Senhora Del Pilar. Embora, seja um evento organizado pela Igreja, com o passar dos anos foi incorporado ao calendário de festividades da cidade, configurado hoje como um dos principais eventos da comunidade Pilarense, pois é a comunidade católica que organiza, mais é o povo que promove, além dos grupos, movimentos e as comunidades rurais católicas, muitas pessoas são envolvidas para que este evento aconteça.

Segundo relatos do paroquiano Sérgio Túlio, inicialmente a feijoada começou como um evento pequeno, visando a arrecadação de fundos para a realização da Festa da Padroeira por volta do ano de 1996, sob a orientação do então Pároco da época, Monsenhor Jaelson.

(...) a gente sentia a necessidade de adquirir fundos para a realização da Festa da Padroeira, realizada em outubro, como a paróquia sempre foi carente e ainda hoje sofre com isso, nós inventamos o que dava certo em João Pessoa, nas paróquias por onde Padre Jaelson passou vindo de Itatuba e a gente inventou de fazer uma feijoada. E ele fez uma reunião com algumas pessoas, algumas senhoras, inclusive minha mãe estava, minha avó e todo mundo ficou ansioso para que a ideia vinhesse á tona, após uma missa de quinta-feira, a gente começou a pedir 1kg de feijão a cada pessoa e foram poucos, foram apenas 10kg e a feijoada foi realizada. (TÚLIO, entrevista-Pilar, 15 de abril de 2017)

Estrategicamente, a primeira feijoada da Igreja Matriz de Pilar, foi realizada no dia 14 de setembro, dia do aniversário de emancipação política da cidade, desde então passou-se a ser conhecida como a “Feijoada da cidade”. A primeira edição foi realizada num espaço pequeno, mas foi um sucesso e toda a renda arrecadada foi revertida para a Festa da Padroeira realizada no mês seguinte.

No ano seguinte, em 1997 com a chegada do Pároco José Carlos Serafim, a Matriz realizou a segunda edição da feijoada, dessa vez em um espaço maior e com um número elevado dos quilos de feijões. Com o passar dos anos a feijoada tomou grandes proporções, chegando a ser realizada no Ginásio Poliesportivo da cidade, local que chega a ocupar cerca de duas mil pessoas e hoje é configurada como um dos principais eventos da cidade, este ano chegando a sua vigésima primeira edição.

Figura 1: Feijoada 19ª edição



Fonte: FACEBOOK: Disponível em:

https://www.facebook.com/aldyneli.miranda/media_set?set=a.756459187799070.1073741826.100003049868399&type=3. Acesso em: 20 de março, 2017.

(...) hoje a feijoada já chega a mais de 50kg de feijão, sendo o dobro de carne, sendo que todas as pessoas da Paróquia e comunidades vizinhas, contribuem com carne, abacaxi, a laranja e o vinagrete. (TÚLIO, entrevista-Pilar, 15 de abril de 2017).

O processo de organização da feijoada se configura da seguinte maneira: grupos e movimentos da igreja se reúnem com o pároco, nesta reunião é sistematizada a forma de organização do evento, passando pela distribuição de tarefas das mais simples as complexas, como quem vai cozinhar, por exemplo, assim como também é decidida a forma como os materiais serão arrecadados, tudo, absolutamente tudo, são doações. Na maioria das vezes, os membros da igreja contribuem com uma parte e o restante eles pedem nas ruas da cidade, no comércio local, na feira... Vale ressaltar também que, inclusive alguns padres que já passaram pela cidade mandam suas contribuições fielmente ano após ano. Ressalva-se ainda, que no espaço onde a feijoada é realizada, são distribuídas mesas e cadeiras, para degustação no próprio local. Além disso, jovens da comunidade se responsabilizam em produzir a animação da feijoada com música ao vivo. Outro fato que merece destaque, é o bingo que todos os anos finaliza o evento.

Figura 2: Equipe organizadora 19ª edição



Fonte: FACEBOOK: Disponível em:

https://www.facebook.com/aldyneli.miranda/media_set?set=a.756459187799070.1073741826.100003049868399&type=3. Acesso em: 20 de março, 2017

Embora seja um evento organizado pela igreja católica, o mesmo foi incorporado nas festividades da cidade e o que promove a sua realização é o sentimento de pertencimento da comunidade pelo local. Tornando-se assim, à tradicional feijoada da cidade, quebrando barreiras, movimentando toda a cidade e sendo promovida pelo povo.

FOLKCOMUNICAÇÃO E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Quando se fala em folkcomunicação, automaticamente lembra-se dos primeiros estudos desta teoria oriundos do seu fundador o jornalista Luiz Beltrão³, ou seja, “do processo de intercâmbio de informação e manifestações de opiniões, ideias e atitudes de massas através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (BELTRÃO, 1980, p.24). Beltrão, acreditava que a comunicação não se dava apenas através da grande imprensa. Dessa forma, defendia o argumento de que as manifestações espontâneas utilizadas pelos grupos marginalizados agregados à cultura popular e ao folclore, tinham tanta importância quanta aquelas difundidas pelo *mass media*. Marques de Melo (2008).

Não é somente pelos meios ortodoxos – a imprensa, o rádio a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica – que, em países como o nosso, de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstâncias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural, não é somente por tais meios e veículos que a massa se comunica e a opinião pública se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore (BELTRÃO, 2004, p. 117).

³ Luiz Beltrão de Andrade Lima, ou simplesmente Luiz Beltrão, figura entre um misto de polêmicas e contribuições ao pensamento comunicacional latino-americano, com séquito de críticos e admiradores, com poucos concorrentes no País. Pernambucano de nascimento (1918, em Olinda) e cidadão do mundo por suas contribuições comunicacionais, esse estudioso revolucionou o modo de fazer e pensar comunicação no País. Beltrão faleceu em Brasília (DF) em 1986. Segundo Marques de Melo (2006, p. 29-30) o pensamento beltraniano se destaca em quatro grandes vertentes: Ficção, Jornalismo, Folkcomunicação e Teoria da Comunicação, dividindo-se tais estudos em ensaios teóricos e manuais didáticos. Nessas quatro áreas o pensador pernambucano lançou 21 obras, sendo seis obras na área de ficção (três romances e dois contos); nove na área de jornalismo (sendo duas empíricas, uma teórica, cinco didáticas e uma aplicada); duas na área de folkcomunicação; quatro na área de teoria da comunicação (sendo um ensaio teórico e três livros em forma de manual didático). Luiz Beltrão, segundo Marques de Melo (in Beltrão, 2004, p. 11) também se destaca no cenário nacional pelo pioneirismo no estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Mesmo falecido há mais de 20 anos as idéias e ideais de Luiz Beltrão continuam povoando o pensamento comunicacional latino-americano e desde o lançamento de sua principal obra, tratando sobre Folkcomunicação, o assunto vem sendo discutido nos mais amplos meios acadêmicos. (inBERTI, JANSEN e VAZ, 2007, p. 02)

Luiz Beltrão, apontava que a folkcomunicação é um processo que se incorpora ao cotidiano do povo, fazendo-se presente nas formas que os que estão à margem da grande mídia, utilizem-na de alguma forma para manifestar suas expressões. “ Em termos gerais, pode-se dizer que folkcomunicação é comunicação em nível popular. Por popular deve-se entender tudo que se refere ao povo, aquele que não se utiliza dos meios formais de comunicação” (Lytem, 1983, p. 2-24)

Partindo dos estudos de LAZARFELD⁴, Luiz Beltrão identificou ainda, o processo folkcomunicacional. Diferentemente do processo comunicacional padrão (fonte-mensagem-canal-receptor), onde o fluxo pararia por aqui, Beltrão destaca a presença dos líderes de opinião. “Os líderes se tornam comunicadores e transmitem uma mensagem através de um canal folk, chegando então ao que Beltrão intitulou audiência folk”. (CORNIANI; BONITO, p. 222). Outrossim, existem três grupos marginalizados que compõem a audiência folk, são eles: os grupos rurais marginalizados, os grupos urbanos marginalizados e os grupos culturalmente marginalizados.

Segundo, Marques de Melo (2008), a partir do momento que sua teoria se disseminou com o seu artigo ‘ex-voto’, pesquisadores da comunicação voltaram seu olhar para a natureza desta nova teoria, uma vez que era um objeto estudado por outras áreas, a exemplo dos folcloristas e sociólogos, mas descuidado pela comunicação.

A partir de então, Beltrão conquistou uma gama de seguidores, os quais contribuíram para a abrangência dos estudos e a valorização da folkcomunicação. Dessa forma, a teoria beltraniana, vem sendo estudada e renovada ao longo dos anos. Atualmente, existe uma diversidade de conceituações que surgiram através dos desdobramentos feitos pelos seguidores de Beltrão, do Folkmídia de Osvaldo Trigueiro ao Folkmarketing de Severino Lucena, o legado beltraniano se estende ainda com autores como Roberto Benjamim, José Marques de Melo, Sérgio Luiz Gadini, Betânia Maciel. Uma coletânea riquíssima de pesquisadores, integrados em apresentar aos

⁴ Lazarsfeld introduz em seus trabalhos científicos a presença dos líderes de opinião, levando à compreensão de certos pontos que precisavam ser esclarecidos dentro desse campo, como, principalmente, a participação dos líderes de opinião na decisão dos eleitores. Em todo grupo existem indivíduos que têm mais contato com os meios de comunicação e, ao mesmo tempo, direcionam a comunicação interna do grupo, segundo o paradigma de L “two steps flow of communications”. Este paradigma, cuja autoria é atribuída a Lazarsfeld, vai contra os conceitos da teoria hipodérmica onde “cada elemento do público é pessoal e diretamente ‘atingido’ pela mensagem”. (LAZARFELD in BONITO e CORNIANI, 2006, p. 02)

leitores a abrangência da folcomunicação, assim como também, buscam despertar o interesse para novas investigações e descobertas sobre o universo folkcomunicacional.

Dessa forma, a partir do aporte teórico citado acima, buscou-se compreender de que forma o evento ‘a feijoada da cidade’ incorporada ao processo folkcomunicacional contribui para o desenvolvimento local da cidade de Pilar.

Para tanto, elucida-se compreender o que significa desenvolvimento local. No entanto, antes de se debruçar sobre a conceituação de desenvolvimento local, considera-se importante observar a visão de ‘desenvolvimento’ proposta por Bresser-Pereira (2003, p.31):

O desenvolvimento é um processo de transformação econômica, política e social, através do qual o crescimento do padrão de vida da população tende a tornar-se automático e autônomo. Trata-se de um processo social global, em que as estruturas econômicas, políticas e sociais de um país sofrem contínuas e profundas transformações. Não têm sentido falar-se em desenvolvimento apenas econômico, ou apenas político, ou apenas social. Não existe desenvolvimento dessa natureza, parcelado, setorializado, a não ser para fins de exposição didática. Se o desenvolvimento econômico não trazer consigo modificações de caráter social e político, se o desenvolvimento social e político não for a um tempo o resultado e a causa de transformações econômicas, será porque de fato não tivemos desenvolvimento. As modificações verificadas em um desses setores terão sido superficiais, tão epidérmicas, que não deixarão traços.

Em decorrência das mudanças na sociedade, o conceito de desenvolvimento local, também vem sendo reconfigurado ao longo dos anos desde à sua origem. Dessa forma, nos debruçamos sobre várias conceituações do que venha a ser desenvolvimento local. Em síntese, o que definiu o autor acima sobre ‘desenvolvimento’ é utilizado na maioria das vezes nas definições de ‘desenvolvimento local’, sendo que, é enfatizado uma abordagem no desenvolvimento a partir de características locais.

Para o professor, Paulo de Jesus, 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).

É importante refletir que existem várias visões sobre desenvolvimento local, e que tais visões o consolidou em diversas dimensões: econômica, social, cultural, ambiental, científico-tecnológica, dentre outras variações.

De fato, a questão de desenvolvimento local emergiu novas concepções, por isso, enfatiza-se ainda a visão de Narotzky, para melhor entendimento sobre análise referente a este trabalho.

O desenvolvimento local de orientação não-econômica é instituído por meio de relações sociais fundadas em sentimentos de pertencimento a uma família ou a uma comunidade, em sentimento de fidelidade cimentado na amizade, no amor ao próximo e na população local. São relações sociais estruturadas pela reciprocidade, solidariedade, processos de transferência de bens e/ou serviços realizados por meio de laços sociais não alheios ao mercado e definidos sob imperativos democráticos. O local não deve ser visto como um mero espaço territorial, mas como um espaço de sentimento compartilhados e de experiências vividas: uma cultura e uma comunidade. (NAROTZKY, 2001)

A FEIJOADA DA CIDADE E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

A finalidade deste artigo foi analisar como o evento a ‘Feijoada da cidade’ inserida num processo folkcomunicacional contribui para o desenvolvimento local da cidade de Pilar.

Faz-se conveniente lembrar, que a realização deste evento tem suas origens na Igreja Católica, no entanto com o passar dos anos foi inserido no calendário das festividades da cidade, ou seja, virou uma tradição de todos os anos no aniversário de emancipação política da cidade. As características folkcomunicacionais se manifestam, quando este evento se incorpora ao cotidiano do povo e é comunicado na linguagem do povo.

Os elementos encontrados, demonstram uma manifestação que acontece em um contexto de comunicação popular, assim como também o sentimento de pertencimento da comunidade pelo local, trabalhando de forma comunitária e articulada, as quais geram algum tipo de desenvolvimento na localidade.

De acordo com as conceituações de desenvolvimento local já citadas no corpo deste trabalho, acredita-se que este evento contribui para o desenvolvimento local da cidade de Pilar, uma vez que, a festa vai além de ser um evento religioso, demonstra o fortalecimento do sentimento de pertencimento por todos os envolvidos. Além disso, percebe-se que o grupo organizador faz uso de estratégias que partem de uma

perspectiva coletiva, percebe-se também a valorização dos artistas locais, partindo da participação da comunidade na hora de cozinha o prato até a animação da festa, o evento potencializa as habilidades da população local, e isto, também gera desenvolvimento.

Além do mais, é uma manifestação que movimenta o comércio local, uma vez que, são nos comércios da cidade que a comunidade se dirige para comprar os materiais destinados para serem doados para a feijoada, à própria igreja compra no comércio local. Voluntariamente, a comunidade contribui em duas vertentes: em prol de uma causa religiosa e paralelamente com os comerciantes.

É perceptível também, que é um evento que desperta a curiosidade do turista, é sabido, como relatou Sérvio Túlio em entrevista, que outras pessoas se deslocam para cidade de Pilar no dia da realização deste evento. Dessa forma, caracteriza-se como outra forma de movimentar o comércio local.

Nesta conjuntura, constata-se que indiretamente a partir deste evento, a comunidade trabalha gerando algum tipo de desenvolvimento para o local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final deste artigo, constatamos que a feijoada da cidade é um evento que foi inserido no cotidiano do povo, apresentando características folkcomunicacionais, as quais contribuem para o desenvolvimento local.

O processo de organização da feijoada, demonstra como a comunidade trabalha de forma coletiva, evidenciando também o fortalecimento do sentimento de pertencimento pelo local, por outro lado também, o desenvolvimento das atividades permite verificar como os processos comunicacionais são próprios da comunidade e a execução das atividades adequadas à localidade.

Além disso, é importante discorrer sobre a importância que este evento tem pela comunidade, pois é o coletivo do povo com as doações que promovem a sua realização.

Percebe-se também, que a abrangência das conceituações sobre desenvolvimento local, se encaixam perfeitamente nesta manifestação cultural, principalmente pelo sentimento de pertencimento e amor pelo local.



REFERÊNCIAS

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: Teoria e Metodologia**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2004.

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação, a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. JANSEN, Pedro Augusto da Cunha. VAZ, Tyciane Viana. A Folkcomunicação de Luiz Beltrão: fluxo de difusão de suas idéias inovadoras através de quatro revistas brasileiras de ciências da Comunicação – **Comunicação e Problemas, Revista de Comunicação Social, Comunicarte e Comunicação & Sociedade**. Pelotas: CD do XI – Celacom – Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, 2007

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **Desenvolvimento e Crise no Brasil: História, Economia e Política de Getúlio Vargas a Lula**. São Paulo: Editora 34, 5ª edição, 2003.

CORNIANI, Fábio Rodrigues; BONITO, Marco Antônio. Folkcomunicação e Orkut: os culturalmente marginalizados. IN SCHMIDT, Cristina (Org). **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. São Paulo: Ductor, 2006.

DE MELO, José Marques. **Mídia e Cultura Popular: História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

FACEBOOK: Disponível em:

https://www.facebook.com/aldyneli.miranda/media_set?set=a.756459187799070.1073741826.100003049868399&type=3. Acesso em: 20 de março, 2017.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:

<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=251150&search=||infogr%E1ficos:-informa%E7%F5es-completas>. Acesso em 14 de março. 2017.

JESUS, Paulo de (2003), **Desenvolvimento Local**, in Antonio David Cattani (org.), A outra economia. São Paulo: Veraz Editores.

LUYTEN, J. Folkcomunicação. In: DE MELO, José Marques. Mídia e Cultura Popular: História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação., São Paulo: Paulus, 2008.



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

NAROTZKY, Suzana. El afecto y el trabajo: la neuva economia, entre la reciprocidad y el capital local. In: TENORIO, Fernando, G. (Org). **Cidadania e Desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Editora Unijuí, 2007.

SCIELO. Disponível em:< http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-59702000000300003&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 abril. 2017.

SILVA, Lucimário Augusto da. **Pilar: da Aldeia Cariri Aos Nossos Dias (1758-2007)**. João Pessoa: F&A Gráfica e Editora, 2ª Edição, 2007.

VANNUCCHI, Aldo. **Cultura Brasileira: o que é, como se faz**. Edições Loyola, 4ª edição, São Paulo, 2006.



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