



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EXTENSÃO RURAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL**  
**(POSMEX)**

**DISSERTAÇÃO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO**  
**RURAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL (POSMEX)**

**RECIFE**  
**2016**

**RICARDO ANTONIO ROCHA BRANDÃO**

**CARRANCAS DO SÃO FRANCISCO: A DINÂMICA DE UMA MANIFESTAÇÃO  
FOLKCOMUNICACIONAL NO CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**RECIFE,  
2016**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EXTENSÃO RURAL E DESENVOLVIMENTO LOCAL**  
**(POSMEX)**

**CARRANCAS DO SÃO FRANCISCO: A DINÂMICA DE UMA MANIFESTAÇÃO**  
**FOLKCOMUNICACIONAL NO CONTEXTO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL**

**Ricardo Antonio Rocha Brandão**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da Universidade Federal Rural de Pernambuco na linha de pesquisa Políticas e Estratégias de Comunicação para o Desenvolvimento Local como exigência para obtenção do Título de Mestre.

**Profa. Dra. BETÂNIA MACIEL**  
Orientadora  
(UFRPE)

**Prof. Dr. SEVERINO LUCENA**  
(examinador interno)  
(UFRPE)

**Profa. Dra. MARIA ÉRICA DE OLIVEIRA**  
**LIMA**  
(UFC)

**Recife,**  
**Agosto/2016**

"Certas formas nascidas das águas têm mais atrativos,  
mais insistência, mais consistência"

*Gaston Bachelard*

Dedico este trabalho a minha filha **Júlia Nascimento Rocha Brandão** (*In Memoriam*)

Saudades do tamanho do infinito do Pacotinho de Papai

Meu Amor, Minha Luz, Minha Eterna Saudade

## AGRADECIMENTOS

A Deus e aos meus pais, Antonio Estanislau Ventura Brandão e Lúcia Vanda Rocha Brandão, pelo amor, incentivo e conforto incondicionais.

À minha esposa Joseane Nascimento da Silva Brandão e aos nossos filhos Júlia Brandão (*In memoriam*), Pedro Júlio e Ian Júlio, pelo amor e a energia que revigoram nossas vidas.

À minha orientadora, Profa. Dra. Betânia Maciel, pelos ensinamentos, incentivos e confiança.

Ao Prof. Dr. Severino Lucena Filho e à Profa. Dra. Maria Érica de Oliveira Lima.

A todo o corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local - Posmex/UFRPE e a todos os servidores e colaboradores da UFRPE.

Ao Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano (IF Sertão-PE), em especial ao meu gestor imediato João Bosco Coelho, e aos colegas Osete, Larissa, Naelton, Tito, Miro e Maysa.

A Universidade Católica de Pernambuco (Unicap).

Ao amigo e doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, Iury Parente, petrolinense dedicado aos estudos da Teoria Latino America da Comunicação e da Teoria da Folkcomunicação, pelo incentivo e as sugestões sempre pertinentes.

À Professora de Literatura Brasileira da UPE, e minha querida tia, Maria Aparecida Ventura Brandão, pelo apoio e incentivo, e a toda minha família.

À amiga, escritora e Professora aposentada da UPE e do IF Sertão-PE, Elisabet Moreira, pelas tardes de conversa sobre as Carrancas, acompanhadas de um bom chá, pelo incentivo e pela gentileza de me ceder um extenso e valioso material de pesquisa sobre as Carrancas.

Ao Professor Luiz Severino da Univasf, por disponibilizar parte do seu trabalho, e à Professora Suelly Maux, da UFPB, pela disponibilidade, pelas críticas e sugestões.

Ao professor da UPE Fernando Pontual, pelas críticas e contribuições durante a Qualificação da pesquisa.

À amiga e Professora aposentada da UPE, Yolanda de Almeida e à amiga Anny Barros, mestre em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social pela UFRPE, pelas gentilezas das revisões de texto, e ao professor de Inglês do DLCH/UFRPE, Júlio Vilanova.

A todas e todos os colegas do Posmex, pela convivência e o aprendizado.

Aos Carranqueiros e Carranqueiras do Vale do São Francisco e do Brasil, pela garra com que trabalham e vivem da arte e por presentear e dignificarem a Cultura Popular Brasileira.

A todas as pessoas entrevistadas durante a execução desta pesquisa.

Aos amigos e amigas, pelo incentivo, compreensão e carinho.

E a todas e todos que contribuíram direta ou indiretamente para a realização deste trabalho.

## Resumo

Criadas originalmente como *figuras de proa* esculpidas em madeira, as Carrancas eram fixadas nas proas das antigas embarcações que faziam o transporte de cargas e o comércio de mercadorias no rio São Francisco, entre meados do século XIX e a metade do século XX. Atualmente, ainda é possível encontrar algumas Carrancas de tamanho reduzido em embarcações movidas a diesel, que navegam em trechos restritos do rio, porém, de maneira resignificada, tendo a imagem sido também refuncionalizada e reconvertida. Manifestação da cultura popular brasileira, as Carrancas excederam o contexto fluvial no qual foram originadas, sendo adotadas e apropriadas em diversos ambientes e contextos, integrando o mercado das artes e do artesanato e compondo identidades visuais em marcas, produtos e campanhas publicitárias e institucionais. Esta pesquisa busca investigar se a produção das esculturas e a apropriação das imagens por corporações e empreendimentos públicos ou privados, físicos ou jurídicos, no âmbito das estratégias de Folkmarketing, contribuem para o desenvolvimento local. Hoje, quase 130 anos após o primeiro registro da manifestação cultural das Carrancas, essas imagens permanecem no imaginário das populações ribeirinhas do Vale do São Francisco, expressando a identidade cultural da região por meio das esculturas, como alternativa não agrícola de geração de renda no meio rural. Investiga-se a seguir a atividade produtiva das Carrancas na cidade de Petrolina/PE à luz das teorias da Folkcomunicação e do Desenvolvimento Local. A metodologia qualitativa e a análise dos dados contaram com pesquisas de campo, bibliográfica e documental; fotografias e entrevistas com escultores, proprietários de lojas de artesanato, representantes de empreendimentos que fazem uso das imagens em suas identidades visuais e demais sujeitos que se relacionam direta ou indiretamente com as Carrancas, com o objetivo de compreender a dinâmica dessa manifestação da cultura popular em face do desenvolvimento Local.

**Palavras-chave:** Carrancas do São Francisco, Folkcomunicação; Folkmarketing, Desenvolvimento Local.

## **Abstract**

Originally created as figureheads carved in wood, the Carrancas of São Francisco River were fixed on the prows of old vessels used for cargo transportation and trade of goods in the River, from the second half of the nineteenth to the mid-twentieth centuries. Currently, small sized Carrancas are still found on vessels powered by diesel sailing in restricted stretches of the river, although in a resignified way, with the image acquiring new functions and also it was reconverted. The Carranca is a manifestation of Brazilian popular culture, whose images have exceeded the fluvial context in which they originated, being adopted and appropriate in different environments and contexts, integrating the arts and crafts market and composing the visual identity of brands, products and advertising or institutional campaigns. This research aims at investigating if the production of these images and their appropriation by corporations and public or private enterprises, physical or legal, within Folkmarketing strategies, contributes to local development. Today, nearly 130 years after their first record, the cultural manifestation of Carrancas remains in the minds of the riverine populations of the São Francisco Valley, expressing the cultural identity of the region through sculptures, as non-agricultural alternative employment in rural areas. We investigated the productive activity of Carrancas in the city of Petrolina/PE under the theories of Folkcommunication and Local Development. The qualitative methodology and data analysis relied on field research, literature and documents; photographs and interviews with artisans, craft shops owners, representatives of enterprises that make use of the Carrancas images in their visual identities and other subjects directly or indirectly related to it, in order to understand the dynamics of cultural expression of the Carrancas in the face of Local Development.

**Keywords:** Carrancas of São Francisco River, Folkcomunicação; Folkmarketing, Local Development.



## **Sumário**

Agradecimentos

Resumo

Abstract

### **PARTE I - AS CARRANCAS E PETROLINA**

1. Introdução .....	11
2. O rio, a navegação e a formação social, econômica e cultural do Vale do São Francisco: aspectos geográficos e antecedentes históricos .....	19
3. Cotidiano, imaginário e o simbolismo das Carrancas .....	33
3.1. Figuras de barca do São Francisco .....	33
3.2. O simbolismo do realismo grotesco na Idade Média e no Renascimento e as influências do colonizador europeu no Vale do São Francisco .....	53
3.3. Origens e simbolismo do termo: uma etimologia das Carrancas .....	65
3.4. A Arte do Feio: uma iconologia das imagens das Carrancas .....	69
3.5. Precursores da arte no Vale do São Francisco: diálogo entre o popular, o erudito e o massivo .....	82
4. Petrolina das Carrancas e as Carrancas de Petrolina .....	88
4.1. Petrolina e o sertão do São Francisco .....	88
4.2. Petrolina dos Missais .....	90
4.3. Polo urbano .....	95

### **PARTE II - TRAJETÓRIA METODOLÓGICA, FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E ANÁLISE DOS DADOS**

5. Trajetória metodológica .....	101
6. Das figuras de proa às Carrancas do São Francisco: refuncionalização, resignificação e reconversão .....	109
7. Folkcomunicação e Carrancas do São Francisco: um enredo no campo da ciência das Comunicações .....	138
7.1. Comunicação e cultura: saberes em construção .....	143
7.2. As Carrancas do São Francisco como estratégia de Folkmarketing para o Desenvolvimento Local .....	165
7.3. Elemento humano: a cultura das Carrancas e os operadores do Folkmarketing .....	178

8. Carrancas de Petrolina para o Desenvolvimento Local .....	191
8.1. O que vem a ser desenvolvimento .....	191
8.2. E o Desenvolvimento Local, o que vem a ser .....	204
8.3. Identidade cultural, autonomia e associativismo: alguns indicadores de capital social para o Desenvolvimento Local .....	214
8.4. Agora, sim: a economia no âmbito do Desenvolvimento Local .....	219
8.5. Elemento humano: a cultura das Carrancas e os escultores de Petrolina .....	237
9. Conclusão .....	248
Referencias .....	251
Apêndice A: Roteiro de Entrevistas .....	265
Apêndice B: Tabela de representação do volume de negócios realizados pelos escultores de Petrolina durante a Fenearte 2015 .....	267
Anexo A: Documento de Certificação das informações do Apêndice B .....	268

## **Parte I - As Carrancas e Petrolina**

### **1. Introdução**

O objetivo geral desta pesquisa é analisar a manifestação cultural das Carrancas do São Francisco à luz da teoria da Folkcomunicação e sua utilização como estratégia de Folkmarketing. Interessa, nesse sentido, identificar e analisar o uso das imagens das Carrancas como ferramenta de comunicação mercadológica e institucional. Quanto aos objetivos específicos, trata-se de analisar a repercussão socioeconômica e cultural da produção das esculturas das Carrancas, em termos de geração de renda, utilização de recursos endógenos, emancipação e autonomia profissional, associativismo, geração de capital social e outros possíveis indicadores de Desenvolvimento Local no município de Petrolina/PE.

Atualmente, a produção das Carrancas em madeira, e, em menor quantidade, em barro e pedra, é uma atividade imbricada aos mercados das artes e do artesanato do Vale do São Francisco, onde essas esculturas povoam o imaginário popular, como um dos símbolos da identidade cultural local, há mais de 100 anos. A cidade de Petrolina/PE encontra-se inserida na bacia hidrográfica do São Francisco, no semiárido brasileiro, região também chamada de Vale do São Francisco (Mapa 1).

Observa-se em Petrolina, e em diversas cidades da região, o comércio das esculturas e o uso da imagem refuncionalizada, resignificada e reconvertida, como expressão da cultura ribeirinha e da arte regional. Como imagem representativa e articulada simbolicamente com os mitos e lendas do São Francisco, as Carrancas aparecem em diversos empreendimentos individuais e coletivos, públicos e privados, que recorrem ao uso delas (em versões tradicionais ou estilizadas) em suas identidades visuais, veiculando-as em propagandas e peças publicitárias com o intuito de estabelecer uma imagem institucional positiva perante seus públicos, ao evocar um sentimento de pertencimento à região, por meio da valorização da cultura local.

Assim, as Carrancas integram a paisagem ribeirinha do São Francisco, resultado da interação entre a cultura popular, a comunicação, o mercado do artesanato e o turismo da região, de modo que é comum a presença dessas esculturas em tamanhos variados, ou mesmo das imagens reconvertidas (material e economicamente), tanto em ambientes externos, a exemplo de praças e ruas; quanto internos, como

estabelecimentos comerciais e de serviços, repartições públicas e empresas privadas, sejam hotéis, restaurantes, agências de turismo, agências bancárias, entre outras.

Carrancas são originalmente as figuras de proa das embarcações do rio São Francisco. Seus primeiros registros datam da segunda metade do século XIX, quando as primeiras *barcas de figura*<sup>1</sup> passaram a realizar o transporte de carga no curso do rio. Com a obsolescência desse meio de transporte, suas esculturas de proa deixaram de pertencer exclusivamente ao ambiente fluvial, na medida em que o próprio objeto sobrepôs-se ao tempo e ao espaço.

A migração das antigas figuras de proa do ambiente fluvial do rio São Francisco para o meio terrestre ocorreu ainda por volta de 1950, quando as antigas *barcas de figura* deixaram de realizar o transporte de carga e as esculturas foram adotadas por colecionadores e *marchands* de galerias de arte localizadas na região sudeste do país.

Posteriormente, as Carrancas conquistaram espaço em residências e estabelecimentos comerciais, momento em que as populações ribeirinhas passaram a usá-las tanto para fins decorativos e ornamentais, quanto para servirem como uma espécie de amuleto que, segundo a crença popular, exorta os azares e os fluidos negativos dos ambientes onde estiverem à mostra.

Hoje, mais de 100 anos após o surgimento das primeiras figuras de proa nas águas do São Francisco, as Carrancas continuam a ocupar espaço nos ambientes mais variados não só da cidade de Petrolina, como em toda a região do Vale do São Francisco. As ocorrências são inúmeras. Durante anos, por exemplo, funcionou em Petrolina o antigo *Posto Carranca*, que embora já tenha fechado as portas, foi um dos mais conhecidos da cidade. Outros empreendimentos, entretanto, continuam em pleno funcionamento, como a oficina mecânica *Carranca Diesel* e o restaurante *Carranca Gulosa*, um dos mais conhecidos e frequentados por turistas e clientes locais.

Além da alusão ao nome, algumas corporações recorrem às imagens das Carrancas das mais variadas maneiras. Um exemplo dessa diversidade é o uso que fazem as duas emissoras afiliadas à Rede Globo de televisão nas vizinhas cidades de Petrolina/PE e Juazeiro/BA (respectivamente a TV Grande Rio e a TV São Francisco),

---

<sup>1</sup> Até a metade do século XX, as embarcações destinadas ao transporte de cargas no rio São Francisco eram chamadas com frequência pelas populações ribeirinhas de *barcas de figura*, por fixarem em suas proas esculturas de feições antropomorfas, zoomorfas ou zooantropomorfas. Os ribeirinhos referiam-se a essas imagens com denominações tão diversas como *figura de barca*, *cabeça de proa*, *cara-de-pau* ou *leão-de-barca*, está última em alusão direta às *figuras de proa* zoomorfas com feições leoninas. Também havia figuras de proa zoomorfas em forma de cavalo e de outros animais. (MAMMÌ, 2015; NEVES, 1998; PARDAL, 1974).

que veiculam, rotineiramente, vídeos institucionais enfatizando as belezas do Velho Chico<sup>2</sup> e a identidade cultural da região. Nesses VTs, as imagens das Carrancas são recorrentes, com o intuito de criar uma relação de sinergia entre as emissoras e a cultura regional, como estratégia para conquistar e ampliar as respectivas audiências em ambas as cidades.

Seguindo com os exemplos, os adeptos do jogo de xadrez em Petrolina têm a opção de frequentar o *Carranca Xadrez Clube*, que em sua página na internet garante reunir os melhores enxadristas da região. Outra ocorrência baseada na reconversão da imagem como emblema esportivo teve início em 2011, quando o servidor público de origem portuguesa chamado José Pestana, que na época trabalhava no Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano (IF Sertão-PE) uniu-se aos professores de educação física da instituição, convidou alunos e outros jovens da comunidade, e começou a dar aulas de *rugby*, esporte coletivo de origem europeia, fazendo surgir naquela ocasião o *Carrancas Rugby*, primeira equipe de *rugby* do Vale do São Francisco, filiada à Associação Pernambucana de Rugby. Nessa mesma linha, segue outro projeto esportivo recém-criado na cidade, o *Carrancas Futebol Americano*, que em 2016 estreou na competição estadual da modalidade.

Voltando ao comércio local, há anos encontra-se em exposição permanente na agência do banco Bradesco, localizada na rua Dom Vital, 389, no centro de Petrolina, uma Carranca com aproximadamente 1,5 metros de altura, esculpida em madeira, que dá as boas vindas aos clientes no *hall* dos caixas eletrônicos. Já no âmbito das instituições públicas, um dos exemplos mais conhecidos é o da Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf), empresa estatal cuja identidade visual traz em sua logomarca a imagem de uma Carranca estilizada (Figura 80).

No ano de 1963, a artista popular Ana Leopoldina dos Santos, a Ana das Carrancas (1923-2008), natural de Ouricuri/PE, mas que desde criança viveu em Petrolina, começou a produzir Carrancas modeladas no barro com uma estética peculiar - até então as esculturas eram feitas apenas em madeira. Ana findou por adotar a designação *das Carrancas* como sobrenome, em virtude do reconhecimento que obteve no campo das artes, ao apresentar ao mundo suas Carrancas zoomorfas cujos olhos

---

<sup>2</sup> *Velho Chico* é um termo habitualmente usado pelas populações ribeirinhas do São Francisco quando se referem ao rio. Uma espécie de apelido carinhoso.

furados homenageavam seu esposo, que era cego e a ajudava na produção das peças, pisando o barro de modo a deixá-lo no ponto para a artista modelar as esculturas.

Ana das Carrancas e, por extensão, o *Centro Cultural Ana das Carrancas*, construído por meio de uma parceria entre o Governo do Estado de Pernambuco e a Prefeitura de Petrolina e inaugurado em setembro de 2000 pelo então governador Jarbas Vasconcelos, trata-se de um exemplo de empreendimento familiar atrelado à manifestação cultural das Carrancas. Além do *Centro Cultural Ana das Carrancas*, a artista dá nome a outros dois equipamentos culturais da cidade, um permanente, a *Galeria de Arte Ana das Carrancas*, do Sesc Petrolina; e outro itinerante, o *Pátio de Eventos Ana das Carrancas*, onde anualmente ocorre a festa de São João da cidade.

Desde que as primeiras *figuras de proa* do São Francisco começaram a singrar as águas do rio nas proas das embarcações, as esculturas mantêm-se presentes de variadas maneiras no cotidiano dos ribeirinhos. Primeiro, no contexto da navegação do São Francisco, atividade propulsora do desenvolvimento econômico e cultural da região a partir do século XVIII, e depois como símbolo da cultura barranqueira<sup>3</sup> expresso através das artes visuais.

Contemporaneamente, diversos empreendimentos continuam recorrendo às esculturas ou às imagens reconvertidas das Carrancas como forma de atrelar a identidade cultural do Vale do São Francisco aos seus negócios e conquistar a empatia dos seus públicos.

Os principais responsáveis pela renovação do acervo artístico visual referente às esculturas das Carrancas são os artesãos da região. Trabalhando de modo associativo ou individualmente, esses artistas populares, também conhecidos como carranqueiros, mantêm a produção das Carrancas em locais como a Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina, onde está sediada a Associação dos Artífices de Petrolina (Assape).

Produzindo esculturas em diversos tamanhos e estilos, os carranqueiros dividem espaço com artistas que enveredaram por outras temáticas, a exemplo das esculturas sacras, do naturalismo e do realismo, mas todos têm em comum o fato de viverem da arte e de serem protagonistas de suas trajetórias profissionais.

Este trabalho apresenta uma reflexão teórica e empírica sobre a manifestação cultural das Carrancas, expressão da cultura popular brasileira que suscita inferências

---

<sup>3</sup> O termo *barranqueiro* é uma denominação local que se refere aos camponeses ribeirinhos (agricultores e pescadores) do São Francisco. Autodenominação dos ribeirinhos do rio São Francisco.

sobre sua viabilidade como alternativa de geração de renda, por meio da inserção dos artesãos no mercado produtivo, bem como o seu desdobramento em processos contemporâneos de comunicação mercadológica e institucional que lançam mão das manifestações da cultura popular em busca de resultados positivos junto aos seus públicos-alvo.

Assim, diante do uso frequente das imagens das Carrancas na cidade de Petrolina e região; diante da refuncionalização, da resignificação e da reconversão ocorridas no âmbito da cultura das Carrancas e da presença dos escultores e artesãos nos mercados das artes e do artesanato; diante da exposição das imagens na mídia e de sua utilização em estratégias comunicacionais de Folkmarketing, apresenta-se a seguinte pergunta de pesquisa:

*A atividade produtiva das esculturas de Carrancas na cidade de Petrolina/PE e a utilização dessas imagens em estratégias de Folkmarketing institucional e mercadológico contribuem para o Desenvolvimento Local?*

A opção por esta temática surgiu ainda em 2013, após a constatação de sua convergência com a linha de pesquisa em *Políticas e Estratégias de Comunicação*, do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEX) da UFRPE. A manifestação cultural das Carrancas já era familiar ao pesquisador desde a década de 1980, quando de suas viagens semestrais para passar as férias escolares em Petrolina/PE, cidade com a qual já mantinha uma ligação desde a infância, em virtude de relações pessoais de descendência e parentesco.

Ainda no mesmo ano, após a leitura, respectivamente, dos livros: *Carrancas do São Francisco* (PARDAL, 1974); *Carrancas do Sertão: signos de ontem e de hoje* (MOREIRA, 2006) e *Navegantes da integração: os remeiros do São Francisco* (NEVES, 1998), obras seminais para as pesquisas no âmbito da cultura das Carrancas, e concomitante às consultas às primeiras referências da teoria da Folkcomunicação (BELTRÃO, 1971, 1980, 2004); (MELO, 1971, 2008, 2013), foram identificadas afinidades entre essa teoria e a manifestação cultural das Carrancas, em virtude, inicialmente, de três justificativas básicas elencadas a seguir:

A primeira refere-se ao fato de que a cultura das Carrancas manifesta-se originalmente como uma das expressões do folclore dos povos ribeirinhos do rio São Francisco, expressa por meio de seus mitos e lendas, transmitida através da história oral e impressa em obras da literatura. A segunda reside no fato de que os barqueiros e remeiros, na época das viagens feitas nas *barcas de figura*, operavam os mesmos

códigos comunicacionais identificados pelo professor Luiz Beltrão (pioneiro dos estudos da teoria da Folkcomunicação) na ação dos caixeiros viajantes e choferes de caminhão, ou seja, os navegadores do São Francisco também eram porta-vozes das notícias e novidades trazidas da região sudeste para o semiárido brasileiro. De acordo com Pardal (1974, p. 26, grifo nosso):

[Na passagem do século XIX para o XX], ainda mais se vivia em função do rio [...], principalmente da via de comunicação que garantia a troca dos produtos. Entre eles se incluíam *as notícias, os jornais* e as *novidades* transmitidas pelos tripulantes.

Já a terceira justificativa encontra sentido na motivação mercadológica atribuída às origens das *figuras de proa* do São Francisco, segundo a qual as esculturas eram usadas nas proas das embarcações para atrair a atenção das populações ribeirinhas e persuadi-las ao consumo dos víveres e mantimentos vendidos pelos barqueiros e remeiros durante as viagens, ocasião em que as *barcas de figura* atracavam nas dezenas de cidades localizadas às margens do São Francisco e as populações aproximavam-se para ver de perto as enormes Carrancas que se sobressaíam nas proas das embarcações, tornando-se consumidores em potencial dos produtos expostos. (CASCUDO, 2012; MAMMÌ, 2015; MOREIRA, 2006; NEVES, 1998; PARDAL, 1974).

Essa versão mercadológica atribuída ao surgimento das Carrancas concatena-se ainda mais precisamente com o viés do Folkmarketing, linha de estudos da Folkcomunicação fomentada por Lucena Filho (1998, 2008, 2009, 2012), que investiga o uso das manifestações da cultura popular como ferramenta de comunicação mercadológica e institucional. Seguindo esse raciocínio, infere-se que já em suas origens a manifestação cultural das Carrancas seria uma tentativa pré-moderna das populações ribeirinhas do São Francisco de usarem uma expressão da cultura popular, por meio da comunicação visual, para fins mercadológicos.

A Folkcomunicação foi definida inicialmente como "o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore". (BELTRÃO, 1971, p.15). Importante observar que não há conflitos entre os conceitos de Folkcomunicação e de folclore. Como esclarece Maciel (2011a, p. 3, grifo nosso):

Entendemos que o folclore são as expressões e manifestações populares, formas de sentir, pensar e agir de um povo, enquanto que a



Folkcomunicação caracteriza-se pela *expressão simbólica veiculada pelo povo* como forma de demonstrar estas mesmas formas de sentir, pensar e agir. É um processo de comunicação que busca intermediar a *comunicação entre culturas*.

Já os estudos de Folkmarketing, no âmbito da teoria da Folkcomunicação, investigam a aplicação do capital simbólico das manifestações da cultura popular à comunicação mercadológica e institucional, o que enseja alternativas endógenas de Desenvolvimento Local. Lucena Filho (2012, p. 35) define Folkmarketing como:

Uma modalidade comunicacional, com base nas matrizes teóricas da teoria da Folkcomunicação e do Marketing, adotada pelos gestores comunicacionais dos mercados regionais, apresentando como característica diferenciada a apropriação das expressões simbólicas da cultura popular, no seu processo constitutivo, por parte das instituições públicas e privadas, com objetivos mercadológico e institucional.

Essa definição aproxima ainda mais a cultura das Carrancas da teoria da Folkcomunicação, na medida em que, contemporaneamente, diversas instituições recorrem a essas imagens com fins mercadológicos e institucionais. Cabe ainda registrar que também antecedeu este trabalho, a apresentação, em 2013, do artigo intitulado: *Carrancas do São Francisco: a dinâmica de um fenômeno Folkcomunicacional e Folkmidiático*, durante o 36º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Manaus/AM, que serviu de embrião para o desenvolvimento de uma pesquisa mais ampla.

Em paralelo, observa-se uma incidência de pesquisas que relacionam as culturas populares e o Desenvolvimento Local nas dissertações do POSMEX, como provam os exemplos a seguir: *Careta de Triunfo-Pernambuco - Folkmarketing e Desenvolvimento Local*, de Vera Lúcia Xavier dos Santos (2015); *As bonequinhas da Sorte de Gravatá-PE no contexto do processo Folkcomunicacional e do Desenvolvimento Local*, de Decilene Maria Santos Mendes da Silva (2011) e *Estratégias de Comunicação do Plano Nacional de Turismo em Bezerros-PE: análise dos Papangus de Bezerros como ferramenta do turismo cultural e Desenvolvimento Local sob o olhar folkcomunicacional*, de Eliana Maria de Queiroz Ramos (2011).

Esses trabalhos apontam relações entre as culturas popular e massiva, e entre a Folkcomunicação e o Desenvolvimento Local no estado de Pernambuco, desde os aspectos da geração de renda, das oportunidades de formação de capital social a partir

do associativismo, das articulações dos agentes produtores com os poderes públicos para a obtenção de apoio à produção artesanal, passando pela formação de canais de negociação mercadológica, até a utilização das manifestações culturais como matéria-prima para a elaboração de ferramentas de comunicação, com vistas a fortalecer imagens corporativas de instituições públicas e privadas locais.

A manifestação cultural das Carrancas não é um tema novo, já foi alvo de pesquisas e livros nas áreas de estética, história das artes, antropologia, cultura popular e ciências sociais. As esculturas já foram citadas em obras da literatura brasileira e foram tema de artigos científicos, monografias e dissertações. As Carrancas do Velho Chico já inspiraram até versos do *imortal* poeta Carlos Drummond de Andrade.

No entanto, a pesquisa ora apresentada traz as Carrancas e seus agentes produtores de maneira inédita para o campo dos estudos que relacionam a Folkcomunicação e o Desenvolvimento Local, com o intuito de contribuir para a ampliação das pesquisas em torno de uma manifestação singular da cultura popular que continua a repercutir no campo das artes visuais brasileiras. Uma expressão artística das populações ribeirinhas do São Francisco que por elas é alimentada há quase um século e meio. Pois, como afirma Melo (2008, p. 57-58), "as tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no espaço".

No âmbito do Desenvolvimento Local, esta pesquisa priorizou as teorias que abordam iniciativas endógenas, articuladas à emancipação e ao protagonismo das populações locais, perspectiva que surgiu em resposta à constatação de que os avanços promovidos pela modernidade não se traduziram em benefícios para a maioria das populações rurais, de modo que a perspectiva do Desenvolvimento Local contraria o paradigma reducionista da modernização e do crescimento econômico como fatores determinantes da melhoria das condições de vida dessas populações, devendo ser imposto unilateralmente pelos centros urbanos tecnologicamente avançados às populações do campo, como receita para tirá-las do suposto *atraso* em que viveriam.

Amaro (2009, p. 108) lembra que o conceito de Desenvolvimento Local "teve sua afirmação científica a partir de finais dos anos 1970 e o seu reconhecimento político-institucional a partir dos anos 1990", o que demonstra que o conceito vem ainda se consolidando nos últimos 30 anos. Assim, segundo o autor, é possível estabelecer uma primeira definição de Desenvolvimento Local como sendo:

O processo de satisfação de necessidades e de melhoria das condições de vida de uma comunidade local, a partir essencialmente das suas capacidades, assumindo a comunidade o protagonismo principal nesse processo e segundo uma perspectiva integrada dos problemas e das respostas. (Ibid.).

Dentre os indicativos de Desenvolvimento Local, o conceito de capital social, atribuído às forças solidárias que agem em reciprocidade com vistas à satisfação coletiva de interesses comuns, soma-se à satisfação pessoal, fundada na emancipação, na autonomia em relação à escolha e à prática profissionais, na autoestima, no protagonismo e na valorização da cultura e do saber locais.

Nesse sentido, pretende-se identificar a ocorrência de formação de capital social atribuído aos indivíduos responsáveis pela continuidade da arte das Carrancas em Petrolina. Para Tenório (2007, p. 73), "o Desenvolvimento Local procura reforçar a potencialidade do território mediante ações endógenas, articuladas pelos seus diferentes atores: sociedade civil, poder público e mercado".

Com base nessa perspectiva, busca-se compreender se a atividade produtiva das imagens das Carrancas, destinada aos mercados do artesanato e das artes, tem a capacidade de reverter-se em benefícios para seus agentes produtores, com repercussões para a sociedade local e se as estratégias de Folkmarketing mercadológico e institucional inspiradas na cultura das Carrancas geram benefícios para as corporações públicas e privadas adeptas dessas estratégias, revertendo-se em indicativos de desenvolvimento local.

## **2. O rio, a navegação e a formação social, econômica e cultural do Vale do São Francisco: aspectos geográficos e antecedentes históricos**

O rio São Francisco tem como nascente histórica a Serra da Canastra, no município de São Roque de Minas, sudoeste mineiro, e como nascente geográfica o município de Medeiros, em Minas Gerais, na confluência com o rio Samburá <sup>4</sup>. "O São Francisco representa 2/3 da disponibilidade de água doce do nordeste brasileiro,

---

<sup>4</sup> Antes da chegada dos colonizadores europeus ao Brasil, os nativos chamavam o rio São Francisco de *Opara*, que na língua dos povos Truká, então habitantes de sua foz, significava "rio-mar". Em 4 de outubro de 1501, o navegador italiano Américo Vespúcio, então a serviço de Portugal, encontrou sua foz. "Como a data fosse alusiva a São Francisco [o santo do dia] o rio foi rebatizado com o nome do santo" (CAVALCANTE, 2010, p. 9). "Vespúcio descobriu o formoso estuário do nosso grande rio central, as riquezas sem número desta vasta região atraíram a atenção dos viajantes e a cobiça do homem, sempre à cata de oportunidade de enriquecer". (ROCHA, 1983, p. 14).

segundo o Projeto Áridas (1995), daí sua importância e as pressões a que está sujeito". (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, 2006, p. 19). É o 18º maior rio do mundo em extensão e o quinto do Brasil, sendo o maior rio exclusivamente brasileiro, com aproximadamente 2.700 quilômetros que banham os estados de Minas Gerais, Bahia, Sergipe, Alagoas e Pernambuco. Sendo que seus afluentes estendem-se ainda ao estado de Goiás e ao Distrito Federal, de modo que sua bacia hidrográfica engloba 503 municípios. (Ibid., p. 21).

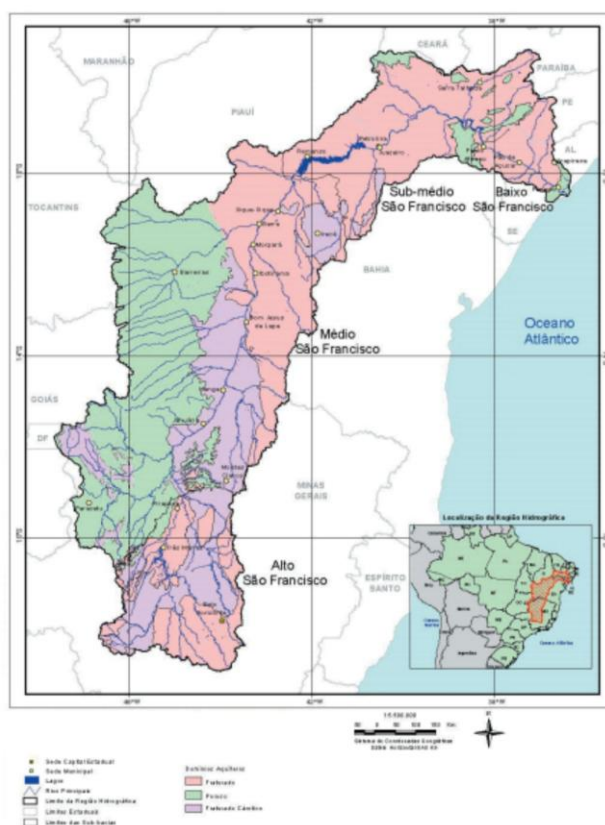
O Vale do São Francisco, ou Bacia Hidrográfica do São Francisco, equivale à região banhada pelo rio São Francisco e seus afluentes. Possui uma área aproximada de 640.000 km<sup>2</sup> (HERMUCHE, 2002, p.10), o que corresponde a aproximadamente 7,5% do território brasileiro (Mapa 1). Historicamente, o desenvolvimento das cidades ribeirinhas do rio São Francisco tem uma relação direta com atividades como a pesca artesanal, a agricultura e a pecuária, mediante a utilização do rio como recurso hídrico, e ainda como via de transporte para pessoas, mercadorias e informações.



Mapa 01. Região do Vale do São Francisco.

Fonte: <http://www.geografia.seed.pr.gov.br/modules/galeria/uploads/5/1343valesaofrancisco.jpg>.

A Bacia Hidrográfica do São Francisco é dividida em quatro trechos, conforme as características geológicas de cada região: o *Alto São Francisco*, da nascente até Pirapora, em Minas Gerais; o *Médio São Francisco*, de Pirapora até o município baiano de Remanso, onde está localizada a hidroelétrica de Sobradinho; o *Submédio São Francisco*, de Remanso até a represa de Paulo Afonso, também na Bahia; e o *Baixo São Francisco*, de Paulo Afonso até a foz do rio, localizada na região do Pontal do Peba, divisa entre os estados de Alagoas e Sergipe, onde deságua no oceano Atlântico (Mapa 2).



Mapa 02 - Bacia Hidrográfica do São Francisco.

Fonte: Secretaria de Recursos Hídricos - Ministério do Meio Ambiente.

As cidades de Petrolina/PE e Juazeiro/BA localizam-se no trecho do Submédio São Francisco. O estado de Pernambuco é banhado pelo Velho Chico na mesorregião do Sertão do São Francisco, no sudoeste do estado, região onde, além de Petrolina, estão localizados os municípios como Santa Maria da Boa Vista, Cabrobó, Belém do São Francisco e Petrolândia, entre outros. Os trechos mais amplamente navegados do rio, até meados do século XX, foram o Médio e o Submédio São Francisco, mais precisamente o trecho localizado entre o polo Petrolina/Juazeiro (na fronteira entre os estados da Bahia e de Pernambuco) e as cidade de Pirapora e Januária, em Minas Gerais; além do Baixo São Francisco, no trecho após a atual hidroelétrica de Paulo Afonso, que vai de Piranhas/AL até o oceano Atlântico.

Não foi mensurado nesta pesquisa quanto da navegabilidade do São Francisco foi prejudicada a partir da metade do século XX, em virtude do assoreamento e de outras degradações ambientais<sup>5</sup>, de modo que foram mantidas as informações de Pardal

<sup>5</sup> Infelizmente, os impactos ambientais na Bacia Hidrográfica do São Francisco têm sido contínuos desde o início da colonização, pois com os desmatamentos para a instalação das fazendas e extração de madeira. A partir da década de 1950, a construção das barragens e os desvios das águas para os canais de irrigação

(1974, 2006) e Neves (1998), segundo as quais, até o final do século XX, havia 1.328 quilômetros de navegação franca no rio São Francisco.

Somavam-se ainda à extensão considerada navegável, mais 1.277 quilômetros de trechos também navegáveis dos afluentes esquerdo e direito (rio Grande, rio Preto, rio Corrente, rio Paracatu, rio Urucuia etc.), totalizando aproximadamente 2.605 quilômetros de águas outrora percorridas pelas antigas *barcas de figura*, que transportavam alimentos e mercadorias entre povoados, vilas e cidades ribeirinhas, fomentando o intercâmbio comercial e cultural na região.

O povoamento do Vale do São Francisco começou ainda no período das capitanias hereditárias, estendendo-se pelos séculos XVI e XVII, como afirma Rocha (op. cit., p. 14):

A 29 de março de 1549, aportou à Bahia Tomé de Souza, primeiro Governador Geral da Colônia. [...] Na comitiva [...] vinha Garcia d'Ávila, precursor [dos] bandeirantes. Circunscritas ao litoral na primeira metade do século XVI, só após a chegada de Tomé de Souza começaram as penetrações pelo sertão. O gado trazido pelas caravelas multiplicou-se com rapidez. Garcia d'Ávila, penetrando o São Francisco em correrias contra os selvagens [sic], lobrigou as vantagens de aproveitar os vargeados, vazantes e carnaubais para o desenvolvimento da pecuária no Vale.

De início, houve a transferência dos rebanhos bovinos do litoral para as margens do rio, ação promovida pelas famílias Dias d'Ávila, da Casa da Torre, donatária da capitania da Baía de Todos os Santos, e Guedes de Brito, da Casa da Ponte, ambas de origem portuguesa, que levaram o gado bovino do litoral para o sertão, com o intuito de pouparem as plantações de cana-de-açúcar do recôncavo baiano, pois a faixa costeira já era destinada às monoculturas desde o atrativo inicial pelo pau-brasil. (CAVALCANTE, 2010; GONÇALVES, 1997).

O gado era incompatível com os cultivos, dado que os animais destruíam as plantações durante o pasto. No entanto, era preciso manter a pecuária para abastecer a

---

ampliaram a interferência na biodiversidade aquática do rio. Atualmente, as matas ciliares que ajudam a conservar o leito do rio e a manter a biodiversidade deram lugar às extensas áreas destinadas à irrigação para o setor produtivo do agronegócio. Com o projeto de transposição das águas do São Francisco em curso desde 2007, o volume do rio decresce e hoje é improvável que o transporte fluvial e a pesca voltem a ter a mesma pujança de outrora como setor produtivo local. A falta de planejamento urbano e a escassa consciência ambiental por parte dos representantes dos diversos setores da sociedade civil têm se mostrado também condescendente com a degradação do rio, como demonstra, por exemplo, o despejo do esgoto urbano em suas margens.



Com base no registro acima, foi possível para o autor, admitir que os membros dessa expedição referiam-se ao trecho localizado a montante de Juazeiro/BA, visto que o trecho anterior, entre Paulo Afonso e Ramanso, ainda não permitiria a operação de "barcos ainda *mui* grandes", aos quais se reportou o expedicionário.

Apesar de alguns focos de resistência indígena, a colonização dos trechos Médio e Submédio do São Francisco trouxe consequências catastróficas para tribos como os Amoipiras, Tupinambás, Tamoquins, Massacarás, Urucés, Tapuias e Cariris, dentre outras que habitavam as margens do rio e foram em parte dizimados, em parte domesticados e escravizados. Não obstante alguns poucos revezes indígenas, geralmente os colonizadores matavam os homens, violentavam e escravizavam as mulheres e domesticavam as crianças.

O padre francês Martinho de Nantes, foi um dos muitos missionários das ordens dos franciscanos, dos capuchinhos e dos jesuítas que percorreu o Vale do São Francisco para catequizar os nativos. Ele narra um dos massacres ocorridos na primeira metade do século XVII, próximo de onde hoje se localiza a cidade de Juazeiro/BA. No episódio a seguir, os portugueses, liderados por Francisco Dias d'Ávila, usaram as próprias canoas indígenas na perseguição aos Cariris:

Depois de cinco dias de descanso, atravessou-se o rio: os portugueses em pequenas canoas que encontraram e os índios e cavalos a nado. Acompanhamos as pegadas do inimigo, que foi encontrado nesse pequeno lago, ou brejo, no interior da terra. Estava quase sem armas e morto de fome. Renderam-se todos, sob condição de que lhes poupassem a vida. Mas os portugueses, obrigando-os a entregarem as armas, os amarraram e dois dias depois mataram, a sangue frio, todos os homens de arma, em número de quase quinhentos, e fizeram escravos seus filhos e mulheres. Por minha felicidade, não assisti a essa carnificina; não a teria suportado, por injusta e cruel, depois de se haver dado a palavra de que lhes seriam poupadas as vidas. (NANTES apud NEVES, 1998, p. 34).

Essa relação forçada e violenta com as populações indígenas estendeu-se posteriormente ao trato com os negros vindos da África e os abusos sexuais praticados pelos europeus originaram uma população mestiça, porém, antes de tudo, oprimida e sujeita à toda sorte de constrangimentos físicos e morais e à disseminação das mazelas trazidas pelos colonizadores, a exemplo das doenças venéreas, como a sífilis. Sobre os males introduzidos pelos europeus durante o processo civilizatório, Freyre (2006, p. 110) afirma:



Os primeiros europeus aqui chegados desapareceram na massa indígena quase sem deixar sobre ela outro traço europeizante além das manchas de mestiçagem e de sífilis. Não civilizaram: há, entretanto, indícios de terem sifilizado a população aborígine que os absorveu.

De acordo com Neves (1998, p. 35), a colonização no semiárido assumiu uma orientação predominante desde o século XVI, que foi o "desenvolvimento da pecuária extensiva", o que requeria:

Novos espaços conquistados à custa da vida e da liberdade dos índios. Uma das formas mais evidentes que o processo de dominação assumiu, foi a escravização, conforme se pode inferir dos relatos do Pe. Martinho. Mulheres cativas passaram à condição de concubinas dos colonizadores: é o que sugerem alguns comentários do missionário capuchinho<sup>7</sup>. A miscigenação parece ter ocorrido em grande escala desde os primórdios da colonização, especialmente se considerarmos o fato de que os colonizadores não traziam famílias, sendo muitos deles "criminosos, condenados seja pelo Tribunal de Inquisição, seja pela justiça comum". (Ibid.).

Estabelecida a dominação pela opressão, os portugueses precisaram suprir a demanda crescente por alimentos, em função do gradativo aumento da população. A transformação da capitania em província ampliou também a necessidade de matéria-prima para a produção de vestimentas, móveis e demais artefatos e utensílios feitos à base de couro. Mais uma vez, foi preciso fomentar a interiorização da pecuária, sendo as margens do São Francisco o local ideal para alocar o gado, pois havia abundância de água e distância em relação às monoculturas do litoral. Começava assim a exploração latifundiária das margens do Velho Chico, que, em consequência dessa ocupação, ficou conhecido também, a partir de então, como rio dos Currais<sup>8</sup>.

"No século XVII, o elemento negro foi introduzido no Médio São Francisco como mão de obra escrava nos currais. Nessas condições começa a trabalhar também nas barcas". (NEVES, 1998, p. 37). Após os europeus terem consolidado a dominação e a aculturação dos nativos, a fixação dos currais foi moldando os primeiros

<sup>7</sup> NANTES, Pe. Martinho de. **Relação de uma missão no rio São Francisco**. Trad. e com. Barbosa Lima Sobrinho. São Paulo: Cia Editora Nacional/Brasília: INL, 1979., p. 20, 43-44.

<sup>8</sup> Há de se considerar que, no âmbito da produção pecuária, a criação de bovinos não seria a opção mais adequada para a região semiárida, em virtude do clima e da vegetação disponíveis para o pasto, não obstante o acesso à água do São Francisco. A criação de caprinos e ovinos seria mais adequada ao sertão, em função dos recursos disponíveis no bioma caatinga, tendo em vista que uma cabra consome em média 4,5 litros de água por dia, enquanto que um bovino bebe até 50 litros de água diariamente. (MALVEZZI, 2007); (BRITO et al., 2016).

agrupamentos humanos e os exploradores continuaram ocupando as terras do semiárido. Ainda de acordo com Neves (2004, p. 17):

Provenientes do Recôncavo e chefiados pela família Ávila, chegaram vaqueiros e criadores no coice das boiadas. Outra família de potentados baianos que possuía grandes extensões de terra no São Francisco eram os Guedes de Brito. Manuel Nunes Viana, que se tornaria líder emboaba em 1707, foi administrador dos bens de Dona Isabel Maria de Brito, proprietária de grandes currais na região. Nunes Viana foi também proprietário de fazendas no Vale do Carinhanha, afluente do São Francisco. Também havia articulações entre a ribeira, fornecedora do gado, e o Recôncavo Baiano (Salvador e adjacências), sem esquecermos Recife/Olinda como produtores de açúcar. [...] No momento em que se intensificou a exploração de ouro e pedras preciosas no século XVIII, o médio São Francisco tornou-se também fornecedor de gado e produtos regionais para as minas. Dentre esses produtos, os mais importantes eram rapadura, farinha, peixe seco e cachaça.

Esse contexto histórico, social, econômico e cultural, no qual os europeus dominam os povos autóctones do semiárido para implantar a pecuária extensiva, introduzindo também a mão de obra escrava na exploração dos recursos naturais da caatinga, criou as condições para o surgimento de elementos humanos estereotipados e considerados muitas vezes como modelos-padrão da identidade cultural nordestina, a exemplo das figuras do jagunço, do coronel, do cangaceiro e do retirante da seca, este último, na realidade, vítima da exclusão proveniente do modelo de produção agrária que priorizou a formação dos latifúndios. (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2011; GONÇALVES, 1997; MALVEZZI, 2007).

Valladares (1981, p. 24) recorre à obra de Euclides da Cunha para traçar o arcaísmo formador dos latifúndios do Médio e do Submédio São Francisco no início da colonização. De acordo com o autor de *Os Sertões*: "foram, primeiro, as grandes concessões de sesmarias, definidoras da feição mais durável do nosso feudalismo tacanho". Esta foi, como aponta Valladares (Ibid.), "a sentença de Euclides da Cunha". Alguns autores chegam a afirmar que a extensão de terras abarcada pela família D'Ávila nos sertões da Bahia e de Pernambuco até o século XVII chegou a constituir o maior latifúndio do mundo. (IBGE, 2016).

Os primeiros agrupamentos humanos deram origem às vilas e aos povoados, muitos dos quais organizados por missionários católicos, e o intercâmbio mercantil e cultural foi se estabelecendo desde a região onde hoje se encontra o polo

Petrolina/Juazeiro até os atuais municípios de Januária e Pirapora, que também assumiram desenvolvimento próprio, especialmente após a consolidação do ciclo do ouro nas *Minas de S. Paulo* (região que deu origem ao estado de Minas Gerais).

O intercâmbio entre os sertões baiano e pernambucano e as Minas de S. Paulo fomentou a navegação fluvial, com os deslocamentos dos ribeirinhos entre as vilas e povoados. O desenvolvimento inicial da navegação no Vale do São Francisco deve creditar muito do seu êxito aos conhecimentos transmitidos pelos povos indígenas, que antes dominavam o uso das canoas nas águas do rio Opara.



Mapa 04: Após a redução do território de Pernambuco, em 1824, houve tentativas de recomposição de fronteiras internas com vistas a uma pretensa fundação da Província do São Francisco, por iniciativa de lideranças políticas regionais do Vale. Há projetos de reorganização territorial como o de João A. de Oliveira (acima), de 1873, que propõe o prolongamento do estado de Pernambuco, que englobaria um trecho maior da Bacia do São Francisco.

Fonte: <https://confins.revues.org/10100?lang=pt>.

Assim, começou a se estabelecer nos trechos hoje denominados de Médio e Submédio São Francisco uma atividade mercantil inicialmente baseada no escambo, mas que viria a se tornar um dos principais vetores do desenvolvimento econômico e cultural da região até meados do século XX, ao promover o escoamento da produção agrícola e pesqueira e o intercâmbio comercial e cultural entre o semiárido brasileiro e o sudeste do país, por meio do transporte fluvial. Ainda de acordo com Neves (1998, p. 45):

Na vazante, as atividades de pesca se intensificavam: as lagoas e ipueiras, que se formavam em consequência das enchentes, retinham grandes cardumes após o refluxo das águas. A pesca era, então, uma tarefa fácil e bastante produtiva.

Após a entrada em funcionamento, em 1730, da primeira *barca de passagem* do São Francisco, foi ampliada a travessia entre os atuais territórios da Bahia e de

Pernambuco<sup>9</sup>, antes realizada apenas por canoas e ajoujos (tipo de embarcação herdada dos indígenas, formada pela junção de mais de uma canoa), o porto de Juazeiro foi aos poucos se tornando um dos mais movimentados da região, em função de sua localização estratégica, que facilitava o intercâmbio com diversos pontos do nordeste.

Em 1766, Juazeiro foi elevada a categoria de *Julgado*, sob a jurisdição de Jacobina, quando já possuía 156 casas. (IBGE, 2016). A travessia ampliou a integração com os tropeiros e carreiros, que dali transportavam mercadorias entre os povoados localizados no interior dos atuais territórios de Pernambuco, Piauí e Ceará. A economia regional inseriu-se na navegação e o São Francisco transformou-se na artéria central da integração entre o semiárido e o sudeste. Sobre a localização estratégica do porto de Juazeiro, Neves (1998, p. 78-79) afirma:

Nas últimas décadas do século XVII, já deveria existir [...] um pequeno povoado, talvez inexpressivo, conforme ensina o historiador juazeirense Edson Ribeiro, citado por Pedro Calmon. Ao se estabelecer naquele lugar, a primeira barca de passagem do Médio São Francisco nos anos 30 do século XVIII, fica evidenciada a existência da povoação. Esta embarcação servia aos transeuntes do caminho que estabelecia a ligação entre a Bahia [atual Salvador/BA] e o sertão de Pernambuco e do Piauí. Daí o topônimo que no século XVIII identificava o lugar: Passagem do Juazeiro [atual Petrolina]. O povoado surge, portanto, à margem de dois caminhos: o fluvial, frequentado por canoas e ajoujos, e o terrestre, calcado pela andadura das tropas e boiadas. Assim se desenvolve Juazeiro, sob o signo do transporte comercial. Esta vocação - tão precoce! - marcaria toda a sua história.

A citação acima também demonstra que o desenvolvimento da atividade portuária e de comércio juazeirense ganhou impulso após o enlace estabelecido com a atual margem pernambucana do rio. A *Passagem do Juazeiro* - hoje Petrolina -, ao promover-se também como povoado, ampliou as oportunidades de intercâmbio e originou o que viria a se tornar um polo de desenvolvimento no entorno de Juazeiro e Petrolina, ambas crescendo e se desenvolvendo mutuamente.

---

<sup>9</sup> Até 1824 o limite de Pernambuco ao sul era o rio Carinhanha (que nasce no atual território de Minas Gerais, adentra na Bahia e deságua no São Francisco). A partir daquele ano, a Bahia anexou ao seu território a margem esquerda do São Francisco, que vai do rio Carinhanha até o atual município de Juazeiro, de modo que a determinação de construir a primeira barca de passagem entre os atuais territórios baiano e pernambucano, em 1730, partiu do então governador de Pernambuco, como registra o documento histórico *Informação Geral da Capitania de Pernambuco* (apud Neves, Ibid., p. 85): "A barca de passagem do Juazeiro se estabeleceu por ordem do Governador e Capitão General Duarte Sodré Pereira, que foi destas capitanias".

Sobre o intercâmbio entre o Vale do São Francisco e o restante do estado de Pernambuco, Antonil (1982, p. 199-200, apud NEVES, 1998, p. 287) aponta a ocupação do sertão do São Francisco, incluindo o atual e o antigo território pernambucano, e o abastecimento, do sertão para o litoral, de Pernambuco e da Bahia, com os produtos da pecuária e seus derivados:

E porque as fazendas e os currais do gado se situam aonde há largueza de campo, e água sempre manante de rios ou lagos, por isso os currais da parte da Bahia estão postos na borda do rio de São Francisco, [...] e de outros rios, em os quais [sic], por informação tomada de vários que correram este sertão, estão atualmente mais de quinhentos currais, e, só na borda aquém do rio São Francisco, cento e seis. E na outra borda, da parte de Pernambuco, é certo que são muitos mais. E não somente de todas estas partes e rios já nomeados vêm boiadas para a cidade e recôncavo da Bahia [...] E, posto que sejam muitos os currais da parte da Bahia, chegam a muito maior número os de Pernambuco, cujo sertão se estende pela costa desde a cidade de Olinda até o rio de São Francisco oitenta léguas [...] Os currais desta parte (Pernambuco) hão de passar de oitocentos, e de todos estes vão boiadas para o Recife e Olinda e suas vilas [...] As (cabeças de gado) da parte da Bahia se tem por certo que passam de meio milhão, e mais de oitocentos mil hão de ser as da parte de Pernambuco.

A ocupação das margens do São Francisco foi originando novos aglomerados e já "na segunda metade do século XVIII foram introduzidas as barcas para o transporte de cargas entre os povoados. Até então, esse transporte esteve a cargo dos ajoujos". (NEVES, *Ibid.*, p. 42). O fluxo de mercadorias foi se intensificando pouco a pouco, com as embarcações atracando nos povoados e vilas onde o comércio era mais atraente.

O sal da terra, abundante no então povoado de Centocê (como era chamado o município de Sento Sé, na Bahia, distante 100 km de Juazeiro) e em Pilão Arcado/BA, foi o primeiro produto a ganhar vulto no comércio regional, pois sua importância como suplemento mineral para o gado já era conhecida, de modo que as embarcações começaram a distribuir o sal entre as fazendas que margeavam o São Francisco, concomitantemente à expansão do gado.

Não demorou para que outros produtos passassem também a ser comercializados no curso do rio. Nas viagens ao sudeste, as barcas levavam querosene, farinha de mandioca, peixe seco, peles e couros de animais, além da produção da agricultura vazante, como o feijão e o milho. Na volta, traziam rapadura e cachaça produzidas em Minas Gerais; louças e tecidos levados por tropeiros até os afluentes, e dali para os

diversos destinos do Médio e do Submédio São Francisco; além de outros gêneros alimentícios e víveres produzidos em vilas e povoados do trecho mineiro do rio. Ainda integravam o sistema de transportes da época, as tropas de cavaleiros (tropeiros) e os carros de boi, que levavam e traziam os produtos por via terrestre até os povoados mais afastados das margens do São Francisco e seus afluentes. (PARDAL, 1974); (NEVES, 1998).



Mapa 05 - Mapa Cartográfico de Pernambuco de 1776, de autoria de José Gonçalves da Fonseca. A atual Petrolina é identificada como *Passagem do Joazeiro* [sic]. Museu do Sertão, Petrolina/PE. Foto/Reprodução do autor: 07/08/2013.

Além do porto de Juazeiro/BA, havia outros de semelhante importância, como os de Barra do Guaicuí/MG (nas proximidades de Sabará e Diamantina); Salgado/MG (atual Januária), famosa pela qualidade da rapadura e da cachaça lá produzida; Pirapora/MG que posteriormente ganhou uma estrada de ferro até o interior de São Paulo, com um ramal que a ligava aos trilhos da Central do Brasil; e o de Santa Maria da Vitória/BA, às margens do rio Corrente (afluente esquerdo do rio São Francisco), conhecida por seus estaleiros e por ser a cidade natal daquele que é considerado pelos admiradores da arte das Carrancas o maior escultor do Vale do São Francisco em todos os tempos, o mestre Biquiba Guarany (1882-1985).

Outros inúmeros povoados da Bacia do São Francisco também contribuíram para o desenvolvimento da região, formando uma rede comercial inicialmente modesta, mas que foi crescendo em virtude do constante transporte de cargas que perdurou por aproximadamente dois séculos, ligando o semiárido brasileiro às regiões sudeste e centro-oeste, da metade do século XVIII até meados do século XX, e que se configurou como o principal vetor do desenvolvimento do Vale do São Francisco, durante todo o período de franca navegação.

Na medida em que a demanda pelo transporte de cargas aumentava, as barcas tinham sua arquitetura naval aprimorada pelos carpinteiros e marceneiros, que

trabalhavam nos estaleiros da região, em povoados como Juazeiro e Santa Maria da Vitória, na Bahia, e Pirapora, em Minas. (NEVES, 1998).

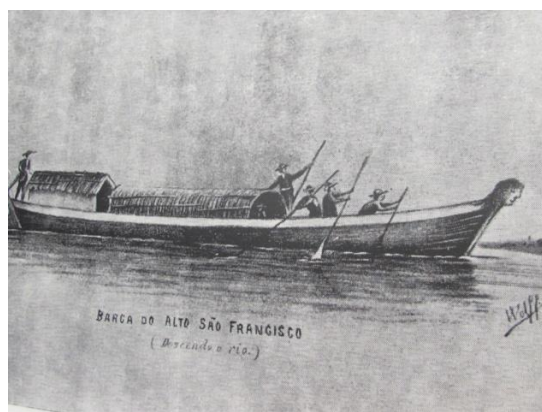


Figura 01: Desenho do século XIX, de autoria de Wolff, publicado no livro *Aspectos de um problema econômico*, em 1909. Navegação no São Francisco existiu desde o início da colonização, mas as Carrancas surgiram somente com o desenvolvimento do transporte hidroviário de cargas. No período do registro acima, as atuais delimitações do rio eram desconhecidas, por isso a referência do artista ao Alto São Francisco. Fonte: MAMMÎ (2015, p. 188).

O regime de ventos no Médio e no Submédio São Francisco não permitia sua aplicação em embarcações à vela, ainda menos para o transporte de carga, de modo que apenas em alguns trechos, e a jusante, era possível hastear as velas propiciando um pouco de descanso aos remeiros. Ainda em meados do século XIX, a capacidade de carga das embarcações era medida de modo bastante peculiar, em função da quantidade de rapaduras que a barca podia transportar, como relata Halfeld (1860, apud NEVES, 1998, p. 97-98):

O carregamento da barca não se conta por toneladas, mas sim pelo número de rapaduras que podem conduzir. Há barcas que carregam 12.000 rapaduras grandes, das quaes [sic] cada uma pesa de 4 a 5 libras, ou levam 2.500 bruacas de sal, além dos mantimentos necessários para a tripulação e mais algumas mercadorias.

Com base nessas informações, Neves (Ibid.) calculou ser de 15 a 30 toneladas a capacidade média de carga das primeiras barcas do São Francisco. Já no início do século XX, o número de embarcações no curso do rio aumentou exponencialmente, com as grandes barcas chegando a medir entre 20 e 25 metros de comprimento. Segundo Montenegro (1875, apud PARDAL, 1974, p. 46), "em 1875 se podia calcular em mais de duzentos o número de barcas que navegavam no São Francisco e seus afluentes".

"Havia embarcações, [como a *Barcelona*, a *Minas Gerais* e a *Humaitá*], com capacidade para transportar de 40 a 50 toneladas". (Neves, 1998, p. 98). Mas a maior

barca de figura que navegou no São Francisco foi a *Mississippi*, que chegou a transportar até 60 toneladas. Sua tripulação contava com 25 homens, sendo 24 remeiros e o mestre, que manobrava o leme. (NEVES, 2004, p. 44-45). Porém, a maior capacidade de carga registrada dentre as barcas do rio São Francisco foi a da *Jaguará*, que se diferenciava das demais barcas por utilizar um fundo forrado de ferro, media 34 metros de comprimento e transportava até 72 toneladas<sup>10</sup>, mas só navegava em trechos restritos do rio. (Ibid., p. 93).



Figura 02: Nos portos do São Francisco a negociação de mercadorias era intensa. Fonte: Instituto Moreira Sales/RJ. Exposição *A Viagem das Carrancas*, 2016. Foto: Marcel Gautherot. Reprodução do autor. 10/03/2016.

As viagens nas *barcas de figura* entre o polo Petrolina/Juazeiro e as cidades de Januária e Pirapora, no norte de Minas, chegavam a durar meses, a depender do tipo de frete ou das mercadorias que a barca transportava, período em que as embarcações iam parando para negociar os produtos nas vilas e povoados ribeirinhos por onde passavam. De acordo com Mammì (2015, p. 21-22):

Os barcos maiores necessitavam de até 16 remeiros [ou mais, como visto], e as viagens podiam durar até quatro meses, com longas paradas, para dar tempo aos agricultores de moer a cana e preparar a rapadura. Nesses compassos de espera, as barcas funcionavam como empórios flutuantes. [...] Durante a navegação, os remeiros percorriam ininterruptamente os praticáveis nos flancos da barca, manobrando as varas. A cabine costumava ficar na popa, enquanto outras áreas cobertas, no meio da embarcação e na proa, protegiam as mercadorias.

A hidrovia contribuiu sobremaneira para o desenvolvimento da economia local, facilitando o escoamento da produção agrícola e da pesca, fomentando o comércio regional, as comunicações e o intercâmbio cultural. No século XIX, em função das

<sup>10</sup> Esse valor corresponde a aproximadamente três vezes a capacidade de carga das atuais carretas rodoviárias, que é de 26 toneladas.



articulações hidro-rodo-ferroviárias nos principais extremos da hidrovia (Januária/Pirapora e Juazeiro/Petrolina) e da extensa artéria hidroviária formada pelo São Francisco e seus afluentes, as populações do semiárido brasileiro já consumiam produtos provenientes da Revolução Industrial, levados às margens mineiras do rio, e de lá trazidos pelas barcas até o nordeste. Dentre os produtos importados da Europa, havia tecidos, vinho em pipa e ferragens, além de louças e variedades, biscoitos estrangeiros e remédios, como informa Neves (2004, p. 38) a seguir:

Os produtos da Revolução Industrial - sobretudo tecidos - já chegavam [dos afluentes] a Minas Gerais a bordo das barcas [...] Ao longo do século XIX, houve uma continuidade nesse intercâmbio. Em 1867, por exemplo, era possível comprar tecido inglês da marca J. Branley Moore na vila de Guaicuí, localizada na embocadura do rio das Velhas. De lá, as barcas levavam para a Bahia e Pernambuco as mercadorias que os tropeiros traziam de outras regiões não ribeirinhas, como o Tejuco (atual Diamantina). Com destino a essas regiões partiam as tropas de mulas carregadas de sal, peixe seco etc. Em 1875, chegavam mercadorias estrangeiras ao porto de Santa Rita (BA), localizada às margens do rio Preto, afluente do rio Grande: cerveja de Tennant, biscoitos Huntley & Palmers, fósforos suíços, sal pirético, remédios patenteados americanos e franceses, ferragens de Birmingham e Sheffield, porcelana de Staffordshire e mercadorias de Manchester, como tecidos. Em suma: nos rincões do rio Preto, já chegavam esses produtos industriais da Europa e EUA, conforme informações do engenheiro inglês James Wells, que esteve na região a serviço do Governo Imperial.

A citação supra desperta inferências sobre o nível de intercâmbio que atingiu o Vale do São Francisco, tanto no âmbito do comércio local - em termos de consumo, compra, venda e troca de mercadorias - quanto no âmbito das intersecções culturais colocadas em prática entre as populações ribeirinhas no contexto da navegação, desde o norte de Minas e adjacências até o semiárido brasileiro. Essa realidade inspirou uma outra denominação secundária para o rio São Francisco, que posteriormente tornou-se conhecido também como *rio da integração nacional*.

### **3. Cotidiano, imaginário e o simbolismo das Carrancas**

#### **3.1. Figuras de barca do rio São Francisco**

Foi nesse contexto de exploração e transporte fluvial - principais atividades motrizes da formação e do desenvolvimento econômico e cultural do Médio e do Submédio São Francisco, até meados do século XX - que surgiram as primeiras figuras de proa do São Francisco, hoje mais conhecidas como Carrancas<sup>11</sup>, um objeto das artes visuais brasileiras inserido no processo de comunicação entre as culturas popular, erudita e massiva, no diálogo entre o tradicional e o moderno, de modo que a cultura das Carrancas mantém-se em evidência na atualidade, como uma das expressões da identidade cultural das comunidades ribeirinhas do Vale do São Francisco.

Mas as figuras de proa não foram uma novidade e nem exclusividade dos navegadores do São Francisco, diversos povos já as utilizaram e continuam a utilizar em suas embarcações, em variados períodos históricos, como afirma Cascudo (op. cit., p. 145):

A universalidade das figuras de proa dificulta a fixação de origem. [...] As proas esculpidas antropomórficas ou zoomórficas eram tradicionais nas naus guerreiras e comerciais das talassocracias do Mediterrâneo, Grécia insular e Roma, simulando Deuses e Heróis protetores. As barcas do Nilo já as ostentavam no tempo de Ramsés II, 1298-1285, antes da Era Cristã. Divulgaram-se no Atlântico pela navegação de Fenícios, Egípcios, Cartagineses, inclusive aos povos africanos da orla ocidental. No oceano Índico seria tarefa árabe. Portugueses e Castelhanos trouxeram-nas ao Novo Mundo, onde sobrevivem. Dizem ainda no Brasil *Figura de Proa* ao indivíduo envolvido nos altos episódios políticos.

Os navios militares também, com frequência, emproam bustos de comandantes e figuras épicas, além de outras insígnias em suas linhas de frente. As esculturas fixadas

---

<sup>11</sup> Zanon Neves (1998) faz uma distinção pertinente entre *figura de proa* e *Carranca*. De acordo com o autor: "o primeiro termo era amplamente utilizado até os anos 1940-1950 para designar as figuras antropomórficas, zoomórficas e zooantropomórficas, que identificavam as barcas onde trabalhavam os remeiros, já o termo Carranca cujo uso foi difundido mais recentemente, refere-se também às antigas figuras de proa, mas sobretudo, diz respeito ao artesanato que, seguindo a tradição das esculturas zoomórficas e zooantropomórficas, serve na atualidade como objetos decorativos de residências, escritórios etc.". Essa distinção indica uma primeira refuncionalização do objeto, que ao deixar o ambiente fluvial como *figura de proa*, em um primeiro momento, é integrado ao mundo das artes, ocasião em que as esculturas passaram a ser feitas sob encomenda para colecionadores, museus e galerias de arte, como registra Pardal (1974). Reconhecidas como objetos de arte, as esculturas popularizaram-se em seguida na região, especialmente após o advento do estilo denominado Carranca Vampira, que possui uma feição padronizada, o que a torna mais fácil de ser esculpida em série, portanto, menos onerosa para o artesão, momento em que o objeto assume sua posição no mercado do artesanato. Ao deixar o ambiente fluvial, as primeiras Carrancas, com feições distintas entre si, primeiramente tornam-se objetos cultuados em salões de arte erudita - o que denota também seu diálogo com as instâncias eruditas e sua *resignificação* ao tornar-se obra de arte - para em seguida, retomar sua popularidade por meio do artesanato, em novos processos de *resignificação* e *reconversão*. A dinâmica que se processa entre a arte e o artesanato já fora antevista por Walter Benjamin, ao analisar a concepção das obras de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. (BENJAMIN, 1980).

nas proas cancelam assim uma espécie de abre-alas das embarcações. Pardal (2006, p. 3) conceitua *figura de proa* como "escultura tradicionalmente de madeira colocada à proa de embarcações de qualquer época, tipo ou tamanho [...] há exemplos de caveiras, chifres, ídolos de palha e esculturas de metal", variando conforme a cultura local.

Os primeiros barcos foram pouco mais que troncos escavados, à semelhança da igara ou ubá de nossos índios. Sua utilidade inicial para o homem pré-histórico, foi facilitar-lhe a subsistência, proporcionando-lhe caça e pesca mais abundantes. A fim de se aproximar de suas presas sem ser percebido, é provável que tenham sido usadas peles e caveiras de animais na proa dos barcos, como camuflagem. Há quem julgue até que "o primeiro esboço de vestimenta foi o disfarce necessário à caça primitiva, para permitir ao caçador aproximar-se do animal"<sup>12</sup>. As mais antigas representações de embarcações são originárias do Egito, e algumas delas datando de cerca de seis mil anos, apresentam na proa uma saliência que certamente é a estilização de uma caveira de touro. (Ibid, p. 7)

Mas os primeiros registros escritos sobre a presença das Carrancas no rio São Francisco encontram-se em duas publicações do final do século XIX<sup>13</sup>. Uma do militar Durval Vieira de Aguiar, que no ano de 1882 viajou pelo São Francisco e afluentes a serviço da Província da Bahia, tendo publicado seu diário de viagem em 1888, sob o título: *Descrições práticas da província da Bahia*; e a outra de autoria de Antônio Alves Câmara, que no mesmo ano publicou seu *Ensaio sobre as construções navais indígenas do Brasil*. Pardal (1974, p. 62) cita ambos os registros:

As figuras de proa das barcas do São Francisco foram citadas pela primeira vez, em livros [de] 1888, por Antonio Alves Câmara e por Durval Vieira de Aguiar. Este último diz “na proa vê-se uma carranca ou grypho de gigantescas formas, de modelos sem dúvida transmitidos pelos exploradores dos tempos coloniais” [...] Alves Câmara cita que “as proas são adornadas com a figura de um pássaro, ou de uma moça, grosseira obra de talha, enfeitada com collares [sic] e outros adornos de barro pintado”.

<sup>12</sup> Quarenta Mil Anos de Arte Moderna, J. A. Mauduit (apud PARDAL, 1974, p. 7).

<sup>13</sup> Silva (1983, p. 138) afirma basear-se em Wilson Lins, autor de *O médio São Francisco* (1960), para asseverar que: "a primeira barca do São Francisco a utilizar *figura de proa* foi a *Serrana*, em 1825, do barqueiro Miguel Italiano, rico comerciante em Juazeiro. [...] Era o busto de uma mulher feito de louça. A partir daí surgiram as cabeças de cavalo, os chifres de boi e mais tarde as Carrancas do São Francisco". No entanto, esse registro não se desdobrou em provas substanciais ou plausíveis, posto que não alcançou maior repercussão entre os demais estudiosos do tema, embora o autor a quem Silva diz ter recorrido, tenha constado dentre as referências bibliográficas de pesquisadores como Pardal (1974, 1979, 2006).

Além do transporte de cargas e do comércio de víveres e mantimentos, as *barcas de figura* do São Francisco também transportavam notícias e novidades trazidas nos jornais e revistas embarcados em Pirapora e Januária, no norte de Minas (PARDAL, 1974; 2006; NEVES, 1998; MAMMÌ, 2015). No início do século XX, já emancipadas à categoria de cidade, Juazeiro/BA e Pirapora/MG ampliaram o fluxo mercantil, tornando-se importantes entroncamentos hidro-rodo-ferroviários, especialmente após as inaugurações das respectivas estradas de ferro: Juazeiro-Salvador, em 1896, e Pirapora-Perus/SP, em 1914, ramal ferroviário interligado à Central do Brasil. (NEVES, 1998).



Figura 03. No seu surgimento, as figuras de proa do São Francisco (atuais Carrancas) eram utilizadas apenas nas barcas aptas ao transporte de carga e ao comércio no curso do rio, as chamadas *barcas de figura*, como a Itajubá, acima. Foto: Marcel Gautherot. Fonte: Pardal (1974, p. 97).

Antes do advento da ferrovia ligando Juazeiro à capital baiana, o intercâmbio comercial e cultural entre as populações do Submédio São Francisco e as outras regiões devia-se mais às viagens de barco que os sertanejos faziam até o sudeste, do que propriamente às relações com Recife e Salvador, distantes respectivamente 760 quilômetros e 508 quilômetros de Petrolina/PE e Juazeiro/BA, por via terrestre.

Já em 1923, foi inaugurado o primeiro trecho da Estrada de Ferro Petrolina Teresina. Esse trecho inicial, de 61 km, ia até o distrito de Rajada. Em 1926 os trilhos chegaram até Afrânio/PE. Em 1928 cruzaram as fronteiras do Piauí, chegando ao vilarejo de Mafrense. Em 1936 chegaram a Acauã, e em 1938 à atual cidade de Paulistana/PI, e ali pararam, tendo o projeto inicial, de chegar à capital piauiense, ficado no caminho, pois, com o posterior desmantelamento da malha ferroviária nacional, a ferrovia Petrolina-Teresina foi apenas mais uma das ferrovias brasileiras que saíram de cena.

Voltando ao rio, apesar da aprazível relação com as ilhas e demais paisagens naturais do São Francisco, o transporte fluvial de cargas não era uma atividade das mais

seguras e o trabalho dos remeiros era pouco confortável. Aventurando-se na condução das embarcações que chegavam a medir mais de 30 metros de comprimento, abarrotadas de mercadorias, movidas a varões e perigosamente manobradas em meio às correntezas e obstáculos submersos do São Francisco, os remeiros desdobravam-se para concluir as viagens. Os acidentes de trabalho não eram raros e por vezes eram letais.

Além da hierarquia entre o patrão (barqueiro) e os empregados (remeiros), havia uma hierarquia em menor escala, que se verificava entre os próprios remeiros, conforme a função que cada um desempenhasse durante a condução das barcas de figura. Essa função era identificada de acordo com o posicionamento de cada um dos remeiros no convés do barco, se a bombordo ou a estibordo, se na proa ou na popa, conforme a complexidade das operações de navegação. Na condução da barcas, uma das funções mais importantes era a do mestre. Mais experiente que os demais, era conhecedor dos caminhos do rio e controlava o leme da embarcação. (NEVES, 1998; PARDAL, 1974).



Figura 04: As maiores barcas mediam de 20 a 30 metros de comprimento, embora houvessem algumas maiores. Elas chegavam a transportar até 60 toneladas de mercadorias entre o semiárido e o sudeste do país. Foto: Marcel Gautherot. Fonte: Pardal (1974, p. 43).

De acordo com a mitologia, aludida em diversos relatos de viajantes e cronistas desde finais do século XIX - que ainda hoje reverberam no imaginário ribeirinho e em obras da literatura brasileira<sup>14</sup> - havia nas profundezas do São Francisco perigos sobrenaturais. Lá viveriam criaturas assustadoras, seres como o *Caboclo d'Água*, o

<sup>14</sup> Em artigo denominado: *Os remeiros do São Francisco na literatura* (2003), o escritor Zanoni Neves apresenta um apanhado de obras da literatura brasileira que abordam transversalmente o tema das Carrancas, por meio de descrições, ambientações ou diálogos, com relevo para a cultura barranqueira e os respectivos mitos do São Francisco, bem como a questão das relações sociais e de trabalho vivenciadas no contexto da navegação no São Francisco. Obras como *Seara Vermelha*, de Jorge Amado, escrita em 1946, que narra a viagem de imigrantes nordestinos em *barcas de figura* e vapores rio acima, rumo ao sudeste do país; além dos poemas *Exposição de Carrancas* e *Águas e Mágoas do rio São Francisco*, de Carlos Drummond de Andrade (este último, de 1972, foi recentemente musicado pela cantora Maria Betânia), são apenas alguns exemplos de autores que tematizaram direta ou indiretamente a manifestação cultural das Carrancas em obras da literatura brasileira.

*Minhocão* e a *Mãe D'Água*, temidos pelas tripulações das barcas por causarem naufrágios.

Se eram perturbadas em seu sossego fluvial, essas criaturas emergiam sorrateiramente do fundo do rio, levando a embarcação à deriva. O Caboclo d'Água, também conhecido no Submédio São Francisco como Nêgo D'Água, trata-se, segundo Cascudo (op. cit., p. 148), de:

Uma criatura fantástica que vive no rio São Francisco, tendo o domínio sobre as águas e os peixes. Favorece tudo aos amigos. compadres do Caboclo D'Água, e persegue ferozmente aos pescadores e barranqueiros, com que antipatiza, virando canoas, erguendo ondas, derrubando as barreiras, afugentando pescarias.

Lima (1925, apud CASCUDO, op. cit., p. 148) afirma que "o tipo de Caboclo D'Água que recolhe o maior número de depoimentos é o seguinte: baixo, grosso, musculoso, cor de cobre, rápido nos movimentos e sempre enfezado". O escultor de Carrancas Francisco Biquiba Guarany fez a seguinte narração sobre a existência do Caboclo D'Água a Deocleciano M. de oliveira, que a redigiu:

"Dois cidadãos que tinha aqui, de Cabrobó para baixo matou um Caboclo D'Água e enterrou na terra. O delegado de Cabrobó quis processar eles: É mesmo o formato de um homem negro sem nenhum cabelo, de pele enrugada, escamosa". Guarany falou muito no Caboclo D'Água. "Certa vez, fui ao mato tirar pau pra fazer um molinete de moenda. [...] Tinha uma pedra. Estava lá a cabeça de um menino marrom escuro, cabeça pelada, parecendo cabeça brilhosa, dentadura alva na cara. Tinha forma de gente e parecia uma criança de quatro para cinco anos. Notei que tinha uma espécie de barbatana nos braços. Tinha dois olhos. Vi bem de perto, de cerca de dez metros". Guarany também narrou-me esse seu encontro com o Caboclo D'Água e eu sei que ele o viu, onde outros teriam reconhecido uma lontra ou animal similar. (VALLADARES, 1981, p. 58-59).

Quanto à existência do Minhocão, o mestre Guarany - que era neto de barqueiro e filho de construtor de barcas, tendo navegado ainda criança com o pai pelas águas do São Francisco - ratificou sua ocorrência na mesma conversa que teve com Deocleciano (Ibid., p. 59), mas afirma não ter visto o *bicho*, somente confirma ter testemunhado sua ação: "Existe o minhocão, mas nunca o vi. Só o efeito. É uma grande minhoca preta que derruba barreira. Fica fuçando até chegar ao ponto da barreira cair".

Muitos ribeirinhos associavam a imagem do Minhocão a de um surubim gigante. Maior predador do São Francisco, o peixe surubim (*pseudoplatystoma corruscans*),

chegava a medir até 2 metros de comprimento e a pesar até 80 quilos. (Figura 05). O animal tem hábitos alimentares noturnos, alimenta-se de pequenos peixes, e sua passagem à noite junto aos barrancos, à procura de alimentos, poderia, no imaginário popular, facilmente ser confundida com a ação sorrateira do Minhocão.



Figura 05: Antes da construção das barragens, da devastação da mata ciliar e de outras degradações ambientais, os surubins (peixes de água doce) eram mais facilmente encontrados pelos pescadores do São Francisco. Atualmente, a espécie encontra-se ameaçada. Fonte: [www.fotosdepesca.com.br/fotos/32469](http://www.fotosdepesca.com.br/fotos/32469).

De fato, a incidência dos surubins era bem maior nos tempos idos das *barcas de figura*, em função da qualidade da água do São Francisco, da perenidade de seu leito e da biodiversidade aquática existente anteriormente, e ainda mais antes da construção das grandes barragens - Três Marias, em Minas Gerais, Sobradinho e Paulo Afonso, na Bahia, e Xingó, na fronteira entre Alagoas e Sergipe -, como é apontado pelo Ministério do Meio Ambiente (2006, p. 19):

No fim dos anos 1990, já haviam desaparecido 66% das matas originais da Bacia do rio São Francisco e a redução da produção pesqueira no Baixo São Francisco em 90% devido aos sucessivos barramentos no curso do rio. Além do desmatamento, três fatores exercem pressão sobre a qualidade da água: a crescente urbanização, a expansão da indústria e a mecanização da agricultura.

Pode-se inferir que a ocorrência em outros tempos, no leito do rio, de surubins medindo até dois metros de comprimento tenha se traduzido em alusão mítica das populações barranqueiras às histórias envolvendo esses surubins gigantes, confundidos com a figura do Minhocão, cujo registro é perpetrado pela história oral entre as populações do Vale do São Francisco. Cardoso de Oliveira (1909 apud CASCUDO, op. cit., p. 452) registrou o depoimento dos barqueiros do São Francisco, em fins do século XIX:

É um bicho enorme, preto, meio peixe, meio serpente, que sobe e desce este rio em horas, perseguindo as pessoas e as embarcações; basta uma rabanada, para levar ao fundo uma barca como esta nossa. As vezes toma a forma de um surubim, de um tamanho que nunca se viu.

Quanto à Mãe D'Água, Cascudo (op. cit., p. 413, grifo do autor) afirma:

Em todo o Brasil conhece-se por Mãe D'Água a sereia europeia, alva, loura, meio peixe, cantando para atrair o enamorado que morre afogado querendo acompanhá-la para bodas no fundo das águas. O mito é morfológicamente europeu, do ciclo atlântico, posterior à poesia de Homero, para quem as sereias eram aves e não peixes cantando. [...] As ninfas que mataram Hilas, companheiro de Hércules (Teócrito XIII), não cantavam, embora residissem numa fonte. Há, espalhadamente, a sereia, meio mulher e tendo o apêndice caudal dos peixes, por todos os mares e rios da Europa, desde as russalcas eslavas às nixes fluviais do Reno. Mas as russalcas não cantam. Seduzem o namorado, levam-no para o fundo das águas, onde têm palácios, e aí o matam a cócegas. A Loreley do Reno canta, mas o namorado morre, porque o barco arrebentará nas pedras, na fórmula clássica das sereias homéricas. As russalcas tiveram culto popular, ofertas de roupas e fios presos às árvores. No Brasil, dos séculos XVI e XVII não havia a Mãe D'Água atual. O indígena, pela sua concepção teogônica, não podia admitir a sedução sexual nas *cis*, as mães, *origem de tudo*.

Muito já se escreveu sobre as origens das Carrancas com base na história oral, mas a versão mitológica continua sendo a mais difundida no rol das motivações que teriam originado seu surgimento. Além dos mitos e lendas regionais, os pesquisadores que se debruçaram sobre o tema admitem outras versões plausíveis para o surgimento dessa manifestação cultural no Vale do São Francisco.



Figura 06: De acordo com Mammì (2015), as figuras de proa zoomorfas remetiam ao intercâmbio com os tropeiros e carreiros, nas relações mercantis que envolviam o transporte fluvial e terrestre. Foto: Marcel Gautherot. Fonte: Pardal (1974, p. 47).



Neves (1998; 2004) aponta algumas interpretações sobre o uso das Carrancas como estratégia para identificar a barca e seu proprietário. Pardal (1974; 1979, 2006) especula dentre as possibilidades que motivaram o surgimento das Carrancas no São Francisco a de que os barqueiros (proprietários das *barcas de figura*, que eram fazendeiros ou comerciantes) teriam introduzido as figuras de proa na região após terem-nas observado em navios atracados em portos de Salvador ou do Rio de Janeiro, ainda no século XIX. Já Luna (2009, p. 54) faz um paralelo entre as figuras de proa do São Francisco e as embarcações Vikings:

A madeira tem com o barco, também de madeira, uma identificação harmoniosa do material. Essa identificação como que garante à cabeça de Carranca, colocada na ponta de proa, a condição de vigia, de cabeça de barco personificado ou metamorfoseado num vivente, cuja cabeça é a Carranca e o corpo o próprio barco. Nas galeras Vikings era essa a conotação que a estrutura do barco buscava, contendo algumas não só a cabeça de Carranca (em geral a cabeça de um dragão), como no outro extremo, a popa, se colocava uma estrutura semelhante à calda do animal.

Outra versão bem difundida é a de que os donos das barcas teriam inicialmente a intenção de verem seus bustos fixados nas proas das embarcações. Como as esculturas nem sempre ficavam a contento, ou seja, não eram fidedignas às imagens de seus postulantes, o hábito ganhou outra dimensão. Não se pode olvidar da influência europeia em todos os aspectos da formação cultural brasileira. Nesse sentido, inclui-se no rol dessas motivações a presença do colonizador, estabelecido desde muito cedo nas margens do São Francisco, impondo hábitos e costumes trazidos do Velho Mundo, implantando o modelo patriarcal de relação social, familiar e de trabalho.

Ora, as barcas eram de propriedade de fazendeiros e comerciantes. Daí infere-se ser pouco provável que qualquer interferência na arquitetura naval das *barcas de figura* fosse feita sem a anuência ou determinação do proprietário. Ocorria ainda que a condução das barcas contava também com a presença do próprio barqueiro ou de um filho seu, ou mesmo de um preposto, o que os expunha aos mesmos riscos e vicissitudes da navegação. Moura (1974, p. 80-81) lembra que desde o princípio da colonização a Coroa Portuguesa já enviava profissionais especializados na construção de embarcações para o trabalho nos estaleiros da colônia:

*A Ribeira das Naus*, da Bahia, foi instalada pelo primeiro Governador Geral, Tomé de Sousa (1549) que, para esse fim, trouxe de Portugal

carpinteiros navais, calafates, serralheiros e ferreiros. Mas mesmo antes já se construíam caravelões e navios de pequeno porte na Bahia e em outra capitanias.

Nos estaleiros, os carpinteiros e marceneiros<sup>15</sup> tornaram-se também protagonistas da navegação, construindo grandes embarcações, desde o início do século XVIII, quando foi inaugurada a primeira barca de passagem entre Juazeiro e Petrolina. O cotidiano da navegação no São Francisco envolvia todos no mesmo imaginário coletivo, pois, como ensina Maffessoli (apud SILVA, 2001, p. 76-77), não existe um imaginário individual, apenas o imaginário coletivo, e é ele que faz das ações humanas uma realidade:

O imaginário é o estado de espírito de um grupo, de um país, de um Estado-nação, de uma comunidade, etc. O imaginário estabelece vínculo. É cimento social. Logo, se o imaginário liga, une numa mesma atmosfera, não pode ser individual. [...] O imaginário é, ao mesmo tempo, mais do que cultura: é a aura que a ultrapassa e alimenta. [...] O imaginário, mesmo que seja difícil defini-lo, apresenta, claro, um elemento racional, ou razoável, mas também outros parâmetros, como o onírico, o lúdico, a fantasia, o imaginativo, o afetivo, o não racional, o irracional, os sonhos, enfim, as construções mentais potencializadoras das chamadas práticas. [...] O imaginário é ao mesmo tempo, impalpável e real. [...] Esse momento de vibração comum, essa sensação partilhada, eis o que constitui um imaginário.

Nesse contexto, outra possível motivação atribuída às origens da manifestação cultural das Carrancas no Vale do São Francisco ganha especial ressonância nesta pesquisa, em virtude da pertinência de sua investigação pela teoria da Folkcomunicação, particularmente pelo viés do Folkmarketing, aspecto que será aprofundado mais adiante. Tal motivação teria como suporte os processos de comunicação popular surgidos no contexto social, econômico e cultural da região na época, especialmente após o aumento

---

<sup>15</sup> Antes da Revolução Industrial, a carpintaria e a marcenaria eram profissões ainda mais importantes nos contextos da construção civil, da fabricação de móveis e utensílios e da construção das embarcações. A julgar pela importância da navegação para a Coroa Portuguesa, infere-se que o ofício desenvolvido nos estaleiros era nobre para a época, assim como foi nobre a atividade da navegação para espanhóis e portugueses, que teriam inclusive fundado um centro de estudos acadêmicos para esse fim: a Escola de Sagres. O trabalho com a madeira também fomentava atividades artísticas diversas como as esculturas sacras, a fabricação de altares entalhados, das insígnias que compunham o dossel sagrado da igreja católica e de instrumentos musicais. A presença de religiosos franciscanos, capuchinhos e jesuítas foi frequente desde os primeiros anos da colonização e o trabalho artístico com a madeira também era ensinado, sobretudo a produção das imagens sacras. Entre os exploradores da terra e os religiosos, havia não só portugueses, como espanhóis, franceses, italianos, holandeses, ingleses e alemães, dentre outros. (FREYRE, 2006; MAMMÌ, 2015; NEVES, 1998, 2004; PARDAL, 1974, 1979, 2006; VIDAL, 2015).

da frota de embarcações de transporte de carga no São Francisco. Lins (1952, apud CASCUDO, op. cit., p. 145, grifo nosso) aponta essa motivação:

Acredita-se que os donos de barca tenham adotado o uso das figuras de proa, como meio de atrair a curiosidade da gente das fazendas sobre a embarcação, e assim aumentar as possibilidades de negócios. Loja ambulante a barca antigamente precisava de todos esses *recursos primitivos de publicidade*.

Não obstante sua visão funcionalista, Cortazar (apud BELTRÃO, 2004, p. 67) tem o mérito de incluir o campo *espiritual* entre as esferas de afirmação dos fenômenos folclóricos. Segundo o autor, esses fenômenos são sempre funcionais, identificado-se “com a vida material, social e espiritual da comunidade”. O espiritual pode corresponder, *stricto sensu*, a uma expressão do imaginário. Sobre a influência do imaginário no processo de criação das imagens, Maffesoli (apud SILVA, 2001, p. 76) afirma:

Não é a imagem que produz o imaginário, mas o contrário. A existência de um imaginário determina a existência de conjuntos de imagens. A imagem não é o suporte, mas o resultado. Refiro-me a todo tipo de imagens: cinematográficas, pictóricas, esculturais, tecnológicas e por aí afora. Há um imaginário parisiense que gera uma forma particular de pensar a arquitetura, os jardins públicos, a decoração das casas, a arrumação dos restaurantes etc. O imaginário de Paris faz Paris ser o que é. Isso é uma construção histórica, mas também o resultado de uma atmosfera e, por isso mesmo, uma aura que continua a produzir novas imagens.

Trazendo essa reflexão para o âmbito da cultura popular, é lícito arguir que o cotidiano pronuncia-se nas expressões da arte popular. Do ponto de vista da historicidade do objeto, infere-se ter sido isso o que aconteceu para o surgimento das Carrancas no Vale do São Francisco. Afinal, como ensina Certeau (2009, p. 41):

Pode-se supor que essas operações multiformes e fragmentárias, relativas a ocasiões e a detalhes, insinuadas e escondidas nos aparelhos das quais elas são os modos de usar, e portanto desprovidas de ideologias ou de instituições próprias, obedecem a regras. Noutras palavras, deve haver uma lógica dessas práticas. Isto significa voltar ao problema, já antigo, do que é uma *arte* ou *maneira de fazer*. Dos gregos a Durkheim, passando por Kant, uma longa tradição tentou precisar as formalidades complexas (e não de todo simples ou *pobres*) que podem dar conta dessas operações. Por esse prisma, a *cultura popular* se apresenta diferentemente, assim como toda uma literatura chamada *popular*: ela se formula essencialmente em *artes de fazer* isto

ou aquilo, isto é, em consumos combinatórios e utilitários. Essas práticas colocam em jogo uma *ratio popular*, uma maneira de pensar investida numa maneira de agir, uma arte de combinar indissociável de uma arte de utilizar.

O fato folclórico no âmbito da manifestação cultural das Carrancas é que os navegadores as usavam nas proas das embarcações para se proteger de criaturas como o Caboclo D'Água, a Mãe D'Água, o Minhocão e demais seres extraordinários que habitariam as profundezas do rio.



Figura 07: Uma das versões para o surgimento das *figuras de barca* do São Francisco aponta para seu uso como forma de atrair a atenção dos ribeirinhos para o consumo das mercadorias. Foto: Marcel Gautherot. Fonte: Pardal (1974, p. 71).

Sob esse aspecto, a Carranca seria uma espécie de imagem com poderes semiotômicos, que ajudaria os navegadores a enfrentarem a faina<sup>16</sup> diária na execução de um trabalho cheio de riscos, durante as longas viagens no curso do rio, que na época era bastante caudaloso, cheio de obstáculos, com pedras e galhos submersos, fortes correntezas e demais intempéries da natureza, causadoras dos naufrágios. As esculturas de proa das antigas barcas livraria os tripulantes dos naufrágios e da morte. Neves (1998, p. 262) recorre a Lévi-Strauss no sentido de compreender o simbolismo das Carrancas:

O simbolismo mítico de que fala Lévi-Strauss está presente entre os moços [das barcas] na pretensa relação entre a figura de barca, com seu aspecto horripilante, e os seres míticos que se desejava conjurar: a escultura, enfatizamos, teria o poder de rechaçar os ataques dos duendes e bichos que provocavam quedas de barreiras e naufrágios, devoravam pessoas, desencadeavam *pés-de-vento* e tempestades etc.

<sup>16</sup> O termo *faina*, criado no ambiente de navegação, designa o conjunto de tarefas extenuantes executadas pelos navegadores das embarcações. "Atividade ou trabalho a que concorre ponderável parcela da tripulação de um navio. Por extensão, qualquer trabalho aturado, lida, azáfama. (FERREIRA, 1999, p. 873).

Já Malinowski (1978), um dos fundadores da antropologia social, também chamou a atenção para a ordem mítica, religiosa e simbólica estabelecida no âmbito da relação entre o homem e a natureza. Em sua etnologia das sociedades primitivas, o antropólogo afirma:

Pode-se afirmar sem exagero que a magia, de acordo com suas ideias (dos nativos) governa os destinos humanos, que ela dá ao homem o poder de dominar as forças da natureza; e que a magia é, para o homem, uma arma e uma couraça contra os múltiplos perigos que o ameaçam de todos os lados. (Ibid., p. 288).

Lévi-Strauss, porém, apresenta algumas diferenças em relação ao seu colega Malinowski, como o próprio faz questão de lembrar, afinal, enquanto o primeiro fundou a antropologia estruturalista, o segundo é apontado como um dos precursores da antropologia social. Embora não invalide os argumentos Malinowski, há uma discordância quanto ao sentido utilitário enfatizado por este no que tange ao modo de pensar das populações iletradas<sup>17</sup>:

O que tentei mostrar, por exemplo, em *Totémisme* ou *La Pensée Sauvage*, é que esses povos que consideramos estarem totalmente dominados pela necessidade de não morrerem de fome, de se manterem num nível mínimo de subsistência, em condições materiais muito duras, são perfeitamente capazes do pensamento desinteressado; ou seja, são movidos por uma necessidade ou um desejo de compreender o mundo que os envolve, a sua natureza e a sociedade em que vivem. Por outro lado, para atingirem este objetivo, *agem por meios intelectuais*, exatamente como faz um filósofo ou até, em certa medida, como pode fazer e fará um cientista. Esta é a minha hipótese de base. Mas desde já quero esclarecer um mal-entendido. Dizer que um modo de pensar é desinteressado, e que é um modo intelectual de pensar, não significa que seja igual ao pensamento científico. (LÉVI-STRAUSS, 1978, p. 21-22, grifo nosso).

De acordo com Ferreira (1999, p. 414, grifo nosso), Carranca é um substantivo feminino que representa um "semblante sombrio, fechado, carregado, com aspecto de mau humor. [...] Busto, emblema ou florão que se colocava no proa de navios a vela, por baixo do gurupés, para ornamentação e, *supostamente, para afastar os maus espíritos*; cara-de-pau, figura de proa, leão-de-barca".

---

<sup>17</sup> Foi usado aqui o termo "iletrado", para iniciar a citação de Lévi-Strauss (1978), em virtude do autor considerar inapropriado referir-se às populações nativas como primitivas.

Em seguida, o filólogo amplia sua definição, levando-a ao contexto dos adornos da arquitetura da Idade Média, ao afirmar tratar-se de "cara, geralmente disforme, de pedra, madeira ou metal, com que se ornaram bicas de chafariz, aldravas ou argolas de portas, etc.", para concluir sua definição recorrendo ao contexto fluvial do São Francisco, trazendo o termo para o âmbito da cultura popular brasileira: "Carranca antropomórfica ou zoomórfica que as embarcações do rio São Francisco ostentavam; cabeça de proa: as *carrancas do rio São Francisco fazem parte do patrimônio artístico do Brasil*". (Ibid.).



Figura 08: As *barcas de figura* foram um meio de desenvolvimento econômico e de intercâmbio cultural no Vale do São Francisco, entre os séculos XIX e XX. Fonte: Pardal (1974, p. 24).

No que concerne à mitologia, as Carrancas surgiram então como um contraponto, um amuleto mesmo, capaz de afugentar as forças malévolas e as criaturas abomináveis que surgiriam das profundezas do rio para atormentar os navegadores. De acordo com a crença popular, em seu enredo mitológico, as Carrancas possuíam ainda outras proezas: durante a navegação, elas também alertavam a tripulação, através de três gemidos, sobre eventuais riscos da embarcação ir à pique.

O primeiro gemido indicava a aproximação do perigo. O segundo gemido advertia a tripulação sobre a necessidade de recuar. Caso ignorassem esse segundo aviso e não atracassem a embarcação, um terceiro gemido era emitido apenas para indicar que já não havia mais o que fazer, pois o naufrágio sempre se consumava. Assim, segundo Proença (1944 apud CASCUDO, 2012, p. 145):

Os navegantes do Velho Chico depositam sua confiança na figura de proa, imagem de monstro toscamente falquejada, ora uma cabeça de dragão, ora de leão ou cavalo, a qual avisa aos remeiros, por meio de três gemidos, que a barca vai afundar.

A versão mitológica secularizou-se, ocupou o imaginário do povo barranqueiro, ganhou perenidade por meio da história oral e da literatura, tornando-se patrimônio imaterial, representativo da cultura popular da região. Essa é a versão mais propagada em relação ao aparecimento das Carrancas no ambiente de navegação do rio São Francisco, em consonância com o folclore regional. De acordo com Certeau (op. cit., p. 77-78, grifo do autor) esse processo se dá em função da historicidade dos usos sociais dos objetos:

Como os utensílios, os provérbios ou os outros discursos, são *marcados por usos*; apresentam à análise as *marcas de atos* ou processos de enunciação, significam as *operações* de que foram objeto, operações relativas a situações e encaradas como *modalizações* conjunturais do enunciado ou da prática; de modo mais lato, indicam portanto, uma *historicidade* social na qual os sistemas de representação ou os procedimentos de fabricação não aparecem mais só como quadros normativos, mas como *instrumentos manipuláveis por usuários*.

Tornado senso comum, o simbolismo atribuído às Carrancas, ou seja, seu uso como amuleto que afugentava os seres malévolos submersos no rio - ideia irradiada pela cultura popular e impressa em contos, poemas e na literatura de modo geral na região - ganhou aspectos de verossimilhança, na concepção de que as barcas que tinham Carrancas à proa estariam prontas e preparadas para enfrentar as intempéries e os monstros fluviais que se ocupavam em naufragá-las.

De fato, os acidentes com as antigas *barcas de figura* eram comuns. Não obstante a supracitada atribuição mitológica ser amplamente difundida até os dias atuais, as embarcações que navegaram o São Francisco na época do transporte de carga feito pelas antigas *barcas de figura* soçobravam, sobretudo, em virtude das fortes correntezas e das irregularidades no relevo submerso do São Francisco, abundante em pedras, troncos e bancos de areia.

Cabe ressaltar que todas as versões acima elencadas a respeito das origens das figuras de proa do Velho Chico são passíveis de consideração e propiciam uma explicação conjunta e coerente para o surgimento, a dinâmica e a permanência da manifestação cultural das Carrancas no Vale do São Francisco, materializadas nas

esculturas artísticas produzidas ao longo dos últimos 130 anos. Para Pardal (1974, p. 76):

O motivo original das figuras de proa foi provavelmente facilitar a caça e a pesca. Em seguida veio a interpretação mística. Mais tarde outros motivos as explicaram: pura decoração artística, intimidação do inimigo, sinal de prestígio, indicação de propriedade ou origem, facilidade de comércio. Conclui-se que todas as causas que originaram o uso destas peças contribuíram para o surgimento e a generalização das Carrancas do São Francisco.

No cotidiano, a tríade mito/religião/simbolismo é sintetizada pelo imaginário e ganha perenidade nas relações entre o homem e a natureza, ao revelar-se em ações destinadas a atenuar anseios e suplantar limites e desafios que surgem no dia-a-dia, e também na exteriorização dos sentimentos expressados através da arte popular, que é a arte do saber fazer, ou ainda por meio de crenças religiosas ou místicas, o que é verificado em todos os períodos históricos, até mesmo na pós-modernidade. Essa concepção não é recente, como explica Maffesoli (1996, p. 239, grifo nosso):

Halbwachs e sua *Topografia legendária dos Evangelhos da Terra Santa* [e] M. Guyau, no seu livro *A arte do ponto de vista sociológico*, insistiram, *com razão*, na "influência do meio físico e do habitat" como "elemento importante para a sociologia estética". Seguramente, entendia essa última, *stricto sensu*, como sociologia da arte. Não resta dúvida que, para ele, a natureza, o ambiente, determinam as produções culturais: trata-se de uma memória que, como um código genético, inscreve-se em profundidade e torna-se uma chave indispensável à compreensão de toda obra humana. Além de uma simples categorização artística, a focalização sobre a natureza explica o que se pode chamar paradigma estético, isto é, a harmonia estabelecida entre o meio animado e o meio inanimado. É isso que pode permitir compreender as emoções espaciais, o gênio do lugar, a aura atribuída a essa ou àquela passagem; isso sem falar das ligações com o "campo", emoções experimentadas e simpatias não racionais que se podem ter para os que, real ou imaginariamente, participam do mesmo terreno. Tudo isso merece atenção, não se trata de simples resquícios de uma época bárbara em vias de desaparecimento. Muito pelo contrário, isso entra, de forma não desprezível, no que chamei *ecologização do mundo social*, e é possível que a constituição, a ocupação, o vivido do espaço social seja incompreensível sem essa dimensão "natural".

De acordo com Neves (1998, p. 241), os remeiros eram homens de fé, tinham como padroeiro Bom Jesus da Lapa, cujo santuário localiza-se em uma gruta às margens do São Francisco, local que se tornou visita obrigatória nos meses de agosto. Nas



situações de apuro, durante a navegação, ouvia-se o apelo: "Valei-me meu Bom Jesus", e, segundo o autor, se a ajuda chegava a tempo, não faltavam o reconhecimento e a gratidão: "Minha valença foi o Bom Jesus da Lapa". (Ibid.).

Dentre as manifestações religiosas e profanas na região, além dos reisados (comuns nos trechos mineiro e baiano do rio) e dos tradicionais festejos juninos, as rodas de São Gonçalo também se tornaram tradição entre os barranqueiros em quase todos os trechos do Bacia Hidrográfica.

As rodas de São Gonçalo são festejos lúdico-religiosos, com música e dança. Já a celebração dos santos Cosme e Damião tornou-se a mais esperada pelas crianças, que ganham bombons e presentes, além do caruru (receita baiana à base de quiabo, azeite de dendê, camarão, amendoim e castanha). Se por um lado a presença da igreja católica foi sempre proeminente desde as primeiras missões no semiárido, por outro lado o sincretismo religioso também é característico da cultura local, tendo em vista o povoamento que se deu na região.

Na região também há a procissão dos penitentes, realizada em Juazeiro/BA, no período da Semana Santa, que desperta a curiosidade popular pelo seu aspecto de autoflagelação. Havia, e há ainda, a crença em benzedeadas, curandeiros e a difusão dos mitos do São Francisco. Para Berger (1985) A exteriorização das mediações simbólicas é característica dos seres humanos e se processa nas diversas formas de relação com o cosmos sagrado, ou seja, com aquilo que é concebível para quem é levado pela fé, ou por simbiose, ou por emulação. Quiçá como agiram muitas das vezes os remeiros, ao conduzirem as *barcas de figura*, depositando confiança nas esculturas semiotêmicas do São Francisco. Ainda de acordo com Berger (Ibid., p. 17, grifo do autor):

A exteriorização é uma necessidade antropológica. O homem, como o conhecemos empiricamente, não pode ser concebido independentemente da contínua efusão de si mesmo sobre o mundo em que ele se encontra. O ser humano não pode ser concebido como algo isolado em si mesmo, numa esfera fechada de interioridade, partindo *em seguida* para se exprimir no mundo em que o rodeia. O ser humano é exteriorizante por essência e desde o início. Esse fato antropológico de raiz com muita probabilidade se funda na constituição biológica do homem.

Os *moços de barca* - outra denominação dada aos remeiros do São Francisco - eram também cantadores de toadas que eles próprios compunham. Algumas dessas cantigas, que representam outra expressão da cultura popular barranqueira, evocavam as

características geográficas e sociais dos diversos povoados e cidades por onde as *barcas de figura* passavam. Em uma dessas cantigas, ao referir-se a Petrolina, os navegantes frisavam a tradição católica do município, ao recitar: "Petrolina dos missais". Neves (Ibid.) reafirma essa tradição: "sede do bispado, lá se construiu uma bela catedral".



Figura 09: Barca Minas Gerais, uma das maiores que navegaram no São Francisco, e sua *figura de proa* esculpida por Afrânio, em foto de Marcel Gautherot, de 1946. Essa mesma escultura esteve em 2015 e 2016, respectivamente em São Paulo e no Rio de Janeiro, por ocasião da exposição A viagem das Carrancas. Fonte: *A Viagem das Carrancas* (MAMMI, 2015, p. 149).

Em função de seus ofícios, os carpinteiros e marceneiros transitavam entre os ambientes religiosos (igrejas) e de construção das barcas (estaleiros). Em ambos, ocupavam-se tanto da manufatura dos artefatos e equipamentos operacionais, que no caso das igrejas eram os altares, os bancos e oratórios, e no caso dos estaleiros, as embarcações; como, por outro lado, esculpiam os santos para adornar as igrejas, as capelas das fazendas e as casas dos devotos e as Carrancas para emproar as *barcas de figura*. Ou seja, os primeiros escultores do Vale do São Francisco, no início mais conhecidos como *imaginários*, ocupavam-se em suprir os elementos simbólicos, religiosos e míticos, na região, tradição que se desenvolveu como atividade artística e permanece até hoje em Petrolina e outras cidades da região, mas que em Petrolina ganhou vulto em razão da organização associativa dos escultores.

O escultor Biquiba Guarany (1882-1985), entrevistado por Pardal (1974, p. 108), afirmou o seguinte sobre suas origens como artista popular: "Primeiro eu fui imaginário [escultor de arte sacra]. O meu mestre de imaginário foi João Alves de Souza, da cidade de Barra". Hoje, observa-se que essa oscilação temática ainda vigora, quando se vê a

diversidade das esculturas produzidas na Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina.



Figura 10: No imaginário do povo barranqueiro, no fim do século XIX, as Carrancas aniquilavam os perigos míticos e reais da navegação. Fonte: *A Viagem das Carrancas* (MAMMÍ, 2015, p. 85).

É lícito inferir que, na concepção da simbologia da imagem, ou como diria Maffesoli, na transformação do imaginário em imagem, e trazendo essa concepção para o sentido estrito das imagens sagradas ou sacralizadas, a aura sagrada (protetora e sobrenatural) é emprestada entre os objetos (santos e Carrancas), na concepção e criação de um e de outro, no contexto da secularização das imagens sagradas. Quanto as manifestações de fé e a secularização dos ritos sagrados, que fornecem subsídios para a valorização das imagens sagradas e míticas, Berger (op. cit., p. 39-40, grifo nosso) afirma:

A qualidade sagrada atribuída aos acontecimentos ordinários da própria vida conserva o seu caráter extraordinário, um caráter que é tipicamente reafirmado através de vários ritos; a perda deste caráter equivale à secularização, isto é, a se conceber os acontecimentos como puramente profanos. [...] Em nível mais profundo, todavia, o sagrado tem outra categoria oposta, a do caos. [...] O sagrado é apreendido como algo que salta para fora das rotinas normais do dia a dia, como algo de extraordinário e potencialmente perigoso, embora seus perigos possam ser domesticados e sua força aproveitada para as necessidades cotidianas. [...] Essa oposição entre o cosmos e o caos é frequentemente expressa por vários mitos cosmogônicos. O cosmos sagrado, que transcende e inclui o homem na sua ordenação da realidade, fornece o supremo escudo do homem contra o terror da anomia. Achar-se numa relação *correta* com o cosmos sagrado é ser protegido contra o pesadelo das ameaças do caos. Sair dessa relação correta é ser abandonado à beira do abismo da incongruência.

Infere-se que os navegadores do São Francisco, em virtude da fé, de emulação, ou de outras influências, tenham se agregado a uma crença una em torno de uma imagem protetora, a qual podiam recorrer em momentos de maior risco durante a navegação. No processo de secularização das imagens sagradas, as Carrancas foram então alçadas à categoria de protetoras dos navegantes do Velho Chico.

Essa relação é explicada de maneira empírica pelo escultor Roque Santeiro, da Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina. O mestre Roque começou a carreira esculpindo Carrancas e depois especializou-se nas esculturas sacras. Ele fala a seguir como vê a questão da crença e da fé nas imagens, e acaba por explicar, por meio de outras palavras, aquilo que o sociólogo Peter Berger explicou na citação acima, ao abordar a relação do homem com o sagrado, a fé, a crença e os medos:

olha... Feitiço, medo e fé, cada um faça na cabeça o tamanho que quer... Então, digamos, você não acredita em feitiço, aí quando chega ali você pisa em cima de um despacho, [aí diz] "ah! eu ligo lá pra isso! Eu não acredito nessa porqueira". Aí, quando chega lá na frente, no decorrer do destino, uma moto vai e bate em você e quebra sua perna, aí você já vai encaixar na sua mente: "foi aquele despacho que eu pisei em cima"... bem assim é a fé. Se você tem uma vitória gloriosa da força divina, você vai até o final segurando essa força que você tem dentro de você. Então, eu vejo muito isso: cada um agarra no que pode, não é não?... (entrevista concedida em 14/09/2013).

O mito, o sagrado e a realidade condensam-se, portanto, no cotidiano, na luta pela sobrevivência, na labuta diária, e, como já descrito, sabe-se que o ambiente de trabalho dos navegadores do São Francisco era sempre de expectativas, desafios, perigos e luta. O enfrentamento daquela realidade requeria, afinal, uma afirmação do imaginário, que por sua vez é também uma forma de fé coletiva. Pois, como ensina Maffesoli (apud SILVA, 2001), o imaginário também constrói a realidade.

Sobre as relações entre *imaginário* e *realidade* enfatizadas por Maffesoli, Silva (2001, p. 74) afirma que, "ao propor uma cartografia da noção de imaginário, Maffesoli recuperou a tradição de Gaston Bachelard e Gilbert Durand quanto à importância do imaginário na construção da realidade". Averso aos excessos do cartesianismo no pensamento sociológico, Maffesoli (apud SILVA, 2001, p. 75) afirma:

O conceito de imaginário parece-me uma noção que deve muito à maneira francesa de pensar. Quero dizer que, tratando de imaginário em outros países, mesmo europeus, sempre observei que havia certa ambiguidade. Em geral, opõe-se o imaginário ao real, ao verdadeiro.

O imaginário seria uma ficção, algo sem consistência ou realidade, algo diferente da realidade econômica, política ou social, que seria, digamos palpável, tangível. Essa noção de imaginário vem de longe, de séculos atrás. A velha tradição é a romântica, em luta contra a filosofia e o pensamento então hegemônicos na França. Trata-se de demonstrar como as construções dos espíritos podiam ter um tipo de realidade na construção da realidade individual. Durante muitos séculos tudo isso foi abandonado em função da dominação da filosofia racionalista. [...] Bachelard [...] mostrou que as construções mentais podiam ser eficazes em relação ao concreto. [Já] Gilbert Durand [...] recuperou o que tinha sido deixado de lado pela modernidade e indicou como o real é acionado pela eficácia do imaginário das construções do espírito.

Essa ambiguidade entre a força irreal da fé e a necessidade irrecusável da luta, como parte do cotidiano das populações ribeirinhas do Vale do São Francisco, traduziu-se nas imagens das Carrancas como elemento simbólico motivador para as incursões no rio.

Nas antigas *barcas de figura*, o comprimento das esculturas de proa variava entre 80 e 130 centímetros em média, a depender do tamanho da barca. As esculturas zooantropomorfas, de estética grotesca, com originalidade dentre as figuras de proa conhecidas na história da navegação, chamaram a atenção de pesquisadores da arte popular no Brasil e no exterior. O simbolismo peculiar dessa manifestação singular da cultura popular brasileira é *per se* significativa para justificar sua permanência no contexto da cultura popular local e fomentar o mercado do artesanato em Petrolina e no Vale do São Francisco.

### **3.2. O simbolismo do realismo grotesco na Idade Média e no Renascimento e as influências do colonizador europeu no Vale do São Francisco**

Carrancas são imagens de estética grotesca<sup>18</sup>. Assim sendo, portam a essência e o simbolismo característicos dessa estética. Não há, neste trabalho, o propósito de discorrer sobre os campos da Estética, da História das Artes, da Iconologia ou da Semiótica, perspectivas de estudo igualmente aptas a abordar a manifestação cultural das Carrancas.

---

<sup>18</sup> O termo *estética* é definido pelo *Oxford English Dictionary* e reproduzido pelo *Oxford Dictionary of art*, como "a filosofia ou teoria do gosto, ou da percepção do belo na natureza e na arte". (CHILVERS, 2001, p. 180).

No entanto, torna-se propício contextualizar as Carrancas no âmbito das influências da cultura popular da Idade Média e do Renascimento, introjetadas no imaginário local durante o processo de colonização do Brasil e parcialmente hibridizadas com as expressões culturais ameríndias e afrodescendentes, no contexto do surgimento das *figuras de proa*, no Vale do São Francisco, para a compreensão do simbolismo que emana dessas imagens grotescas.



Figura 11: O zooantropomorfismo e o prolongamento dos órgãos da face, observados nas esculturas das Carrancas, são algumas das características que definem uma imagem como grotesca. Fonte: Codevasf (1978).

Evidencia-se a estética grotesca nas esculturas das Carrancas. Os significados das imagens grotescas tornaram-se universais nas expressões artísticas e visuais ao longo da História das Artes. Identificá-los na concepção das primeiras *figuras de proa* permite compreender o simbolismo ao qual remete suas origens, sua iconologia no campo das artes e sua posterior reconversão com vistas ao mercado do artesanato local.

O imaginário local originou às imagens das Carrancas, mas sua concepção foi engendrada sob a influência cultural de três etnias distintas, porém, em um ambiente impositivo de elementos e objetos culturais exógenos trazidos do colonizador.

Aguiar (1888 apud PARDAL, 1974, p. 62), autor do primeiro registro escrito das Carrancas do São Francisco, não se escusa em afirmar que as Carrancas eram "de modelos sem dúvida transmitidos pelos exploradores dos tempos coloniais". Seguindo a mesma linha de raciocínio de Melo (2008, p. 18, grifo nosso), que se refere ao *continuum* simbólico coexistente entre as expressões da cultura popular brasileira e as "*reminiscências do período medieval europeu*, transportadas pelos colonizadores lusitanos e historicamente aculturadas".

A proeminência da estética grotesca marcou a cultura popular medieval, provando que nem só de trevas viveu a Idade Média, visto esta que foi exacerbada no âmbito do Renascimento, como parte do arsenal crítico disparado contra a concepção de

mundo medieval, que os renascentistas pretendiam aniquilar. Mas a arte que vinha das ruas já estimulava as mudanças, já instigava reações ante o paradigma dogmático da igreja e a hierarquia onipresente da nobreza. A crítica sutil demonstrada no teatro de rua e nas outras expressões da arte popular suscitava reações ante os poderes das elites da época e inspirou profundas alterações na visão de mundo teocêntrica hegemônica até então.

Cabe ressaltar ainda que a passagem da Idade Média para o Renascimento não foi um fenômeno social abrupto, mas decorreu de mudanças gradativas no modo de produção, nos hábitos e na cultura europeias, que se processaram ao longo de mais de um século, até a produção industrial tornar-se o marco da transição da sociedade para a era Moderna.

Outro fato de mesma relevância para a compreensão da cultura popular da Idade Média e do Renascimento é que, do ponto de vista geopolítico, no período medieval não havia uma divisão territorial tão rígida e nem a ideia de Nação-Estado vigorava como concebida atualmente, de modo que, já na Baixa Idade Média, a Europa se comportava como um caldeirão cultural com diversas influências e intercâmbios entre as regiões, quando começaram o crescimento das cidades, a expansão dos territórios e o florescimento do comércio.

Também não se pode olvidar que as mudanças sociais que culminaram com a transição do sistema feudal para o sistema capitalista de produção foram possíveis graças a aliança entre os comerciantes (burgueses) e os camponeses (vassalos). Essa aliança se expressava nas ruas sob a forma da arte popular, que então se nutria de uma efervescência por mudanças sociais, econômicas e culturais.

Assim, era por meio da cultura popular - que produzia a crítica sutil e rasteira, a sátira a zombaria, a farsa - que a sociedade europeia manifestava suas indagações e contestações. O próprio Américo Vespúcio, primeiro navegador a explorar o rio São Francisco, nascera em Florença, berço do Renascimento italiano, palco da comédia Dell'arte, gênero do teatro de rua surgido no século XV, que apresentou ao mundo suas máscaras fascinantes. Itália onde os carnavais já existiam, onde a imagem grotesca era cotidiana nas manifestações da arte mundana, como nas primeiras expressões artísticas do Renascimento (Figura 12).

Vespúcio exerceu contato direto com a literatura, as ciências e as artes de seu tempo, era contemporâneo e conterrâneo de Leonardo da Vinci e de Michelangelo. Junto com os tripulantes de sua embarcação, uma das três que integravam a esquadra

comandada por Gonçalo Coelho, Vespúcio surgiu como um dos primeiros incursores do rio São Francisco. Era filho de família abastada, amigo dos poderosos Médici, considerados patronos das artes e das letras em Florença, que construíram Veneza política e economicamente.



Figura 12: Distorções, prolongamentos, aberrações são algumas das marcas da estética grotesca que se sobrepuseram ao tempo, em obras como *Cabeças Grotescas* (1490), do renascentista italiano Leonardo da Vinci.  
Fonte: <http://www.auladearte.com.br/estetica/grotesco.htm#axzz4ELIdCb5H>.

Após essa primeira incursão do navegador italiano, diversos outros aventureiros, expedicionários e missionários vieram também, muitos dos quais permaneceram no Novo Mundo, montaram suas fazendas e currais nas margens do São Francisco, estabeleceram vínculos, espalharam-se sobre as terras, fizeram das índias e cativas suas concubinas e geraram descendentes. As expedições continuaram nos dois séculos subsequentes e contavam com especialistas de países diversos, não só da Península Ibérica e do sul da Europa, como salienta Soares (2002, p. 35):

Muitos foram os europeus que aportaram no Brasil no início do século XIX. O fim do exclusivismo português, em 1808 [após a fuga da corte portuguesa para o Brasil e a abertura comercial dos portos brasileiros para a Inglaterra], possibilitou, além da entrada de navios mercantes, a presença de muitos estrangeiros. Viajantes de várias origens, destacadamente ingleses, franceses e alemães.

No século XIX, alguns viajantes e cronistas costumavam passar longos períodos no curso do rio. Dois deles registraram inúmeras informações sobre os recursos naturais locais. Provenientes da Baviera, o zoólogo Johan Von Spix e o botânico Carl Von Martius eram membros da Real Academia de Ciências de Munique e chegaram à região do São Francisco em 1818, após acompanharem a comitiva real da Arquiduquesa



Leopoldina, que veio se casar com o príncipe herdeiro D. Pedro I. (Ibid.). Os cientistas decidiram permanecer por mais dois anos viajando pelo Brasil, como registra Soares:

Aproveitando a oportunidade, e graças às suas ligações familiares com a corte imperial da Áustria, o rei da Baviera, Maximiliano José I, conseguiu enviar seus súditos, colocando em prática um antigo projeto: realizar uma viagem de estudos no interior da América Latina. (Ibid., p. 49).

De acordo com Vidal (2015, p. 15):

Este rio foi, de fato, a grande preocupação do Império, notadamente interessado com as possibilidades de sua utilização para a navegação. As explorações oficiais ao rio São Francisco iniciaram em 1852 [e dão uma dimensão da diversidade étnica dos incursores que se seguiram adentrando no seu curso], com a expedição do engenheiro alemão Halfeld, seguida da expedição do engenheiro francês Liais (1864), do geólogo canadense Charles Frederick Hartt (1870), e do engenheiro norte-americano William Milnor Robert (1879 - com o papel destacado de Teodoro Sampaio).

Valladares (1981, p. 31) cita ainda outros nomes de "sábios e técnicos" de uma "douta missão" que subiu o rio: "os doutores Orville Derby, [...] Wieser [...] Kruger e Crokat". Na mesma época, em 1867, o viajante inglês Sir Richard Francis Burton também empreendeu expedição ao São Francisco, e uma década depois outro britânico,, o engenheiro James Wells, percorreu o Velho Chico. (PARDAL, 1974; 2006); (NEVES, 1998).

Como se vê, é natural que as expressões culturais do colonizador pulverizassem a formação do imaginário local com a estética vigente na Europa. Mas o perfil dos estrangeiros que vieram para o Brasil não se restringiu aos nobres, intelectuais e cientistas. Como lembra Valladares (1981, p. 19-20, grifo do autor):

O comportamento arcaico [na região] do rio São Francisco decorreu do insulamento do sertão brasileiro e da conjuntura cultural do seu povoador: o degradado, o *inficionado*, o fugitivo da justiça, o perseguido, o aventureiro, o ambicioso, enfim, toda a gama de nossa ancestralidade. [...] [Mas] para o período colonial, de implanto, não será válido identificar criminosos nos foragidos da justiça reinol. Nem é possível limitar-se a eles a justa ideia de *criminalidade* pois esta nascia de cima, da coroa ao senhor feudal, dos impérios das sesmarias, e desses até o povoador. Império, feudo, escravismo e arbítrio são as estruturas fundamentais de natureza política, do comportamento arcaico. Devemos mais virtudes aos degradados de nossa origem,

aqueles que naturalmente sentiram o apelo à liberdade que aos reinóis do regime colonial.

Havia ainda as visões de mundo dos indígenas, africanos e seus descendentes figurando no ambiente de contato entre as etnias. Essas três realidades fundiam-se na medida da inquietação recíproca que o exotismo do outro provocara no ambiente mesmo das novas descobertas. No entanto, a cultura europeia firmou-se nas ações operacionais de domínio, dentre as quais estava a atividade da navegação.

Nesse ambiente de efusão da cultura europeia, surgiram as primeiras figuras de proa zooantropomorfas de estética grotesca no Vale do São Francisco. Nesse sentido, importa perceber as convergências entre cultura e expressões artísticas populares e a simbologia a qual remetem as imagens das Carrancas, tendo em vista o *continuum* simbólico propagado pela cultura popular da Idade Média e do Renascimento.

A História das Artes e a iconologia das imagens, bem como uma semântica reconhecida com base nos processos de intercâmbio entre as culturas, transmitida de geração em geração, em diversos períodos históricos, ressaltam essa relação. Cascudo (op. cit., p. 145, grifo nosso), ao apontar a função primeira das Carrancas, aponta algumas de suas características iconográficas:

Costumam os barqueiros do São Francisco colocar em suas embarcações curiosas figuras de proa que se tornaram tradicionais com seu estilo *grotesco* e original, *fisionomias leoninas e humanas ao mesmo tempo*, entalhadas na madeira e grosseiramente coloridas, *cujos autores são anônimos artistas ribeirinhos da grande artéria fluvial*.

Embora as figuras de proa não sejam exclusivas do São Francisco, as Carrancas surgiram com feições singulares dentre as figuras de proa documentadas no mundo. Uma criação original de estética grotesca, especialmente quanto ao zooantropomorfismo, peculiaridade que interessa à análise iconológica das esculturas das Carrancas, sob as influências das imagens grotescas da Idade Média e do Renascimento trazidas pelo colonizador.

As antigas figuras de proa do Vale do São Francisco - hoje obras de arte ou objetos decorativos de residências e escritórios - são as únicas que apresentam feições zooantropomorfas dentre as que se tem conhecimento na história milenar da navegação nas diversas culturas do mundo. Pardal (1974, p. 1, grifo nosso), aponta uma dupla originalidade em relação às Carrancas:

As famosas Carrancas do rio São Francisco constituem um enigma de nossa arte popular, na qual ocupam um lugar de especial destaque, tanto pela notável expressão artística, como, principalmente, por sua dupla originalidade. As barcas do São Francisco são as únicas embarcações *populares* de povos ocidentais que apresentaram, *de modo generalizado*, figuras de proa, pelo menos nos últimos séculos. E estas constituem *exemplo único no mundo de esculturas de proa zooantropomorfas*".

Mas como alinhar a iconografia das Carrancas e seu zooantropomorfismo singular à iconologia da estética grotesca? A resposta está no fato de que, como ensina Bakhtin (2013), o zooantropomorfismo é a principal característica iconográfica da estética grotesca. O fato dessa característica emergir somente nas figuras de proa do rio São Francisco amplia as suspeitas em torno das influências que desencadearam suas origens. Além da característica marcante do simbolismo das imagens grotescas, o realismo grotesco da Idade Média e do Renascimento expressava-se por meio da paródia, da sátira e da farsa, mesclando o trágico e o risível.



Figura 13: Animismo e humanismo; zooantropomorfismo; boca ativa e ferocidade, são aspectos das imagens grotescas medievais e renascentistas também presentes nas Carrancas. Fonte: <http://ocalafrio.blogspot.com.br/2013/05/os-gargulas.html>

Nas imagens grotescas, temas mitológicos, rememorados da Antiguidade Clássica, são reinseridos na realidade sacra da Idade Média, revisitados pela concepção crítica antropocêntrica, que contestava dogmas e hierarquias do clero e da nobreza. A liberdade de expressão se dava por meio da comédia e da sátira na praça pública, dando vazão à crítica social da época, por meio da cultura popular.

A arte popular durante a Idade Média e o Renascimento, principalmente o teatro de rua, permitia-se a essa dualidade e a essa ambivalência. A tragédia e a comédia caminhavam juntas. No campo das artes, surgiu uma temática cósmica e mitológica redesenhada, que não fora apagada em função do tempo, mas reprocessada em

ambivalências e retomada naquele período histórico, como ensina Panofsky (2012, p. 68-71, grifo nosso):

Os artistas que usaram um motivo de um Hércules para a imagem de Cristo, ou um motivo de um Atlas para as imagens dos Evangelistas, *agiram sob a impressão dos modelos visuais que tinham diante dos olhos*, quer hajam copiado diretamente um monumento clássico ou imitado uma obra mais recente derivada de um protótipo clássico *através de uma série de transformações intermediárias*. [...] Isso é bem verdadeiro, e a tradição textual através da qual o conhecimento dos temas clássicos, principalmente da mitologia clássica, foi transmitido à Idade Média e persistiu em seu decurso é da máxima importância não apenas para o medievalista como também para o estudioso da iconografia renascentista. Pois, mesmo no Quatrocentos italiano, *foi dessa tradição complexa e muitas vezes corrompida, mais que das fontes genuinamente clássicas, que muitos artistas hauriram suas noções de mitologia clássica e assuntos conexos*.

Dessa forma, explica-se a presença de temas que desde a Antiguidade Clássica fundiram-se com a estética predominante no período medieval e foram retomados e reintroduzidos no Renascimento, no Humanismo e no Neoclassicismo, de maneira que as tendências artísticas manifestadas através do cânone grotesco mantiveram-se em evidência também no período Renascentista, expressando-se mais acentuadamente na cultura popular da Europa. (BAKHTIN, 2013).

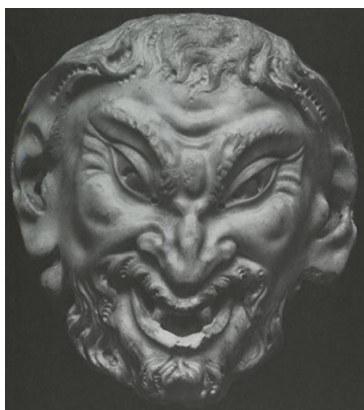


Figura 14: *Cabeça de Fauno*, de 1489 (escultura que se encontra desaparecida). Uma das primeiras obras de Michelangelo, que a esculpiu com apenas 13 anos de idade. Outro renascentista que flertou com o cânone grotesco.  
Fonte: <https://www.monumentsmenfoundation.org/join-the-hunt/most-wanted-works-of-art>.

O realismo grotesco das expressões populares da Europa em meados do segundo milênio da Era Cristã, instigou a liberdade de expressar novos paradigmas e de subverter a ordem e a hierarquia vigentes. A imagem grotesca, contestatória e revolucionária, serviu bem aos ensejos de uma Nova Era, de um futuro renovado pelas

descobertas das ciências naturais, pelo humanismo, pela navegação, em distinção à concepção de equilíbrio e perfeição da Antiguidade e ao paradigma teocêntrico da Idade Média.

A imagem grotesca - extravagante, insensata, despolida, aberrante, mas, antes de tudo, fundamentalmente crítica e nada ingênua - libertou os ideais renovadores das amarras dogmáticas da Idade Média. A cultura popular, nos âmbitos da literatura, das artes cênicas, da música e das artes plásticas, expressou tais anseios, que culminaram com a chegada de um novo tempo, por fim batizado de Século das Luzes. Chilvers (2001, p. 239, grifo nosso) define grotesco como:

Tipo de decoração mural, pintada, entalhada ou moldada em estuque, que *em princípios do século XVI difundiu-se da Itália para a maioria dos países europeus*. Caracterizava-se pelo uso de motivos florais, *figuras humanas e animais, máscaras, etc.*, copiados dos ornamentos encontrados em edifícios romanos chamados *grotte*) como a Domus Aurea de Nero, escavada por volta de 1500, e combinada em esquemas alegres e fantasiosos. O estilo grotesco distinguia-se pela desintegração das formas naturais e pelo rearranjo das partes segundo a fantasia dos artistas.

A estética grotesca inspirou a liberdade de questionar dogmas e de subverter a ordem e a hierarquia vigentes. Era contestatória e revolucionária, servindo bem aos desejos de um futuro renovado pelo humanismo e pelas ciências, em distinção às concepções vinculadas ao paradigma teocêntrico da Idade Média. A conformação espaço-temporal e humanística da Europa, no que tange às expressões da cultura popular, é enxergada por Bakhtin (op. cit., p. 70) como uma celebração ambivalente:

A festa medieval era um Jano de duas faces: se a face oficial, religiosa estava orientada para o passado e servia para sancionar e consagrar o regime existente, a face risonha popular *olhava para o futuro e ria-se nos funerais do passado e do presente*. Ela opunha-se à imobilidade conservadora, à sua "atemporalidade", à imutabilidade dos regimes e das concepções estabelecidas, punha ênfase na alternância e na renovação, inclusive no plano social e histórico.

Era por meio da cultura popular - a qual se permitia a crítica sutil e rasteira; a sátira; a zombaria, a farsa - que a sociedade manifestava suas indagações e contestações. De acordo com Bakhtin (Ibid.), o realismo grotesco expressou-se primeiramente na Europa pré-renascentista por meio da paródia, da sátira e da farsa, mesclando o trágico e o risível. Sua concepção era desafiadora, buscava respostas. Suas imagens contestavam

a hierarquia e os rituais da nobreza e do clero e buscavam a ruptura com o paradigma medieval. De acordo com Chilvers (op. cit., p. 239):

Na França a palavra *grotesco* foi aplicada como adjetivo a obras da literatura e mesmo a pessoas já no início do século XVII, e em 1694 foi definida pelo *Dictionnaire de l'Académie française* como "*Bizarre, fantastique, extravagant, capricieux*". Essa Acepção ampliada do termo, que se tornou corrente também na Inglaterra após a Restauração, associava-se ao ridículo, ao absurdo e ao antinatural; na Idade da Razão, que assistiu à voga do neoclassicismo, tanto o termo quanto o estilo adquiriram sentido pejorativo. O grotesco tornou-se sinônimo de excessivo, despropositado e repreensível.

A liberdade de expressão fluía na praça pública por meio da comédia e da paródia, dando vazão à crítica social da época. A arte durante o Renascimento, principalmente o teatro de rua, exalava essa dualidade, uma ambivalência que expressava de uma só vez o sim, o não e o talvez, em um período crítico de mudanças na sociedade europeia (Bakhtin, 2013). A tragédia e a comédia caminhavam juntas.



Figura 15: Catedral de Notre-Dame, em Paris, fundada no século XIII, possui arquitetura gótica e é repleta de gárgulas. Embora sejam inspiradas nas gárgulas da Idade Média, as da Notre-Dame foram esculpidas já no século XIX, por ocasião de uma reforma conduzida pelo arquiteto Viollet-le-Duc.

Fonte: <http://www.360meridianos.com/2011/11/historia-catedral-de-notre-dame-paris.html>.

Mas essa visão de mundo expressa na estética grotesca não se restringiu às ruas. Terminou por subir aos palácios e catedrais, com as gárgulas compondo a arquitetura gótica de castelos e igrejas construídas no período de transição da idade Média para o Renascimento. As *Gárgulas* são adornos da arquitetura gótica medieval, usadas para escoar as águas dos telhados durante as chuvas, detentoras de um simbolismo que remete à proteção, afastando os seres malignos que intentarem se aproximar dos templos.

Na atmosfera de enfrentamento ante as forças da natureza, advinda da exploração que se impôs às terras colonizadas, a imagem grotesca e feroz das Carrancas serviu como uma insígnia pertinente. Os portugueses já mantinham a hegemonia na navegação e geralmente emproavam bustos de heróis nacionais em suas naus; os franceses tinham a tradição das gárgulas na arquitetura, que também no âmbito da mitologia, assustam o mal e ganham vida à noite; os italianos recorriam às mascaras fantasiosas e bufônicas em seu teatro de rua; a navegação dos nórdicos remetia aos dragões que emproavam as embarcações Vikings, ainda na Alta Idade Média. Ou seja, tanto o uso das figuras de proa quanto a concepção e o simbolismo da estética grotesca eram bem familiares aos europeus que incursionaram no São Francisco já em bom número em fins do século XVIII.



Figura 16: Igreja de Sant-Martin, em Limoux, França, construída na idade Média, apresenta dezenas de gárgulas em suas torres. Fonte: <http://www.ggazel.fr/balade-a-limoux-au-printemps/>.

De acordo com Bakhtin (op. cit., p. 275), na idade Média e no Renascimento, "o caráter de construção das imagens e sobretudo da concepção do corpo vem em linha direta do folclore cômico e do realismo grotesco". A simbologia dessas imagens produziu um cânone próprio que se propagou na história das artes e permanece no imaginário popular, veiculado por meio de expressões artísticas que se reproduzem ao longo do tempo nas feiras livres, nas praças, nas tabernas, nos carnavais, enfim, nas expressões da cultura popular do Velho Mundo, cujo significado ultrapassou as fronteiras da Europa e permanece frequentemente inalterado ou associado a outros significados na relação com as culturas locais.

O alto e o baixo corporal e material ganharam preponderância simbólica no realismo grotesco, interpretações específicas e bem definidas dão às partes do corpo um simbolismo reconhecível na literatura, na escultura, no teatro e nas artes visuais,

incutindo estética grotesca nas expressões artísticas, fundindo-se com tendências subsequentes e alternando sua relevância.

Mammì (2015, p. 30, grifo do autor) aponta uma ideia difusa de que as Carrancas atenderiam basicamente duas finalidades no contexto da navegação no São Francisco. Elas tanto serviriam para "identificar o barco, conferindo-lhe prestígio" como para "espantar os seres reais ou imaginários que poderiam agredir os remeiros (Caboclo d'Água, Mãe D'Água, Minhocão etc.)". Ainda segundo o autor: "as Carrancas *realistas* - figuras humanas, cavalinhos, leões [...] - parecem privilegiar a primeira [finalidade] e as Carrancas *fantásticas e grotescas*, a segunda". (Ibid., grifo nosso).



Figura 17: Certas Carrancas já resignificadas, como essa de Davi Miranda, de Pirapora/MG, que emproava um dos rebocadores da Companhia de Navegação do São Francisco (Franave), são dispostas em plano horizontal, em virtude da conformação das embarcações modernas. Fonte: Codevasf (1978).

A citação acima corrobora as influências do realismo grotesco na criação das primeiras figuras de proa do São Francisco. Mammì (2015) afirma que as primeiras Carrancas assumiram um *caráter realista* quando expressavam feições zoomorfas e antropomorfas; e um *caráter grotesco* quando de feições zooantropomorfas. Há, portanto, na estética das Carrancas, nítidas convergências com o simbolismo das imagens grotescas difundidas a partir da Europa colonizadora.

O realismo grotesco - expresso por meio do *continuum* simbólico ao qual se referiu Melo (2008) - insere-se no ambiente colonizado, onde resquícios de um medievalismo arcaico, imposto à colônia, como salienta Valladares (1981), fundiu-se com as visões do Novo Mundo, em um momento social de mudanças paradigmáticas que se processavam na Europa, ao passo que os mesmos dogmas contestados no Velho Mundo serviram às intenções do explorador na colônia, no sentido de *domesticar* os povos nativos recém-descobertos. Assim, o trabalho dos missionários, em princípio,



serviu paralelamente aos interesses dirigidos pelos exploradores na formação dos latifúndios.

Porém, em um momento subsequente os conflitos entre donatários e religiosos se exacerbaram, inclusive em função de questões de ordem geopolítica, pois os demais países europeus sempre cobiçaram o território brasileiro, com presença por vezes maciça, a exemplo dos holandeses em Pernambuco e dos franceses no Maranhão.



Figura 18: As gárgulas tem a função de escoar as águas das chuvas aparadas pelo telhado, mas apresentam também um significado mítico: afugentar os espíritos malignos que se aproximarem nas trevas. Fonte: <https://vivimetaliun.wordpress.com/2015/07/21/por-que-existem-as-gargulas/>.

O Padre Martinho de Nantes narra, na sua *Relação de uma missão no rio São Francisco* alguns momentos tensos nos quais se indispôs com o explorador português, ao apontar o latifundiário Francisco Dias D'Ávila como "um dos mais gananciosos e inescrupulosos latifundiários do Brasil". (DE NANTES, 1979). Em 1759, o diplomata português Sebastião José de Carvalho e Melo, o marquês de Pombal, expulsou os jesuítas de Portugal e de suas colônias. No entanto, naqueles tempos, já se havia formado uma dupla influência nas terras colonizadas.

### 3.3. Origens e simbolismo do termo: uma etimologia das Carrancas

Como aponta Moura (1974, p. 75, grifo do autor), a palavra *Carranca* já existia em dicionários publicados em Portugal, antes mesmo do primeiro registro escrito sobre a ocorrência das esculturas de proa no São Francisco:

O termo Carranca, empregado geralmente para designar as figuras de proa do São Francisco é palavra portuguesa antiga, documentada pelo menos desde o século XVI. Muito antes das primeiras referências escritas às Carrancas (1888), o *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*, de Eduardo de Faria (2ª Edição, Lisboa, 1851), registra - Carranca de navio - figura tosca nas proas dos navios.

De fato, alguns dicionários do século XIX já registram o termo *Carranca*, a exemplo do *Diccionario da Lingua Portuguesa* [sic], de Antonio de Moraes Silva, publicado em Lisboa, em 1877, no qual o autor recorre a diversas citações do termo tiradas de obras da literatura portuguesa, cujas orações são construídas em português arcaico. Nessa publicação, o termo foi definido como:

Deforme mudança de rosto, arrugando a testa, arcando as sobrancelhas; cenho. Cara mui feia de homem, ou mulher. Caras feias lavradas de pedra, ou bronze, que se põem nos tanques, chafarizes, argolas de porta, portões, etc. *Carranca de navio*, figura tosca na prôa. O semblante triste, carregado, cenho. Vieir. 10. 295. [...] "nem para isso o acobardariam *carrancas* dos antigos philosophos, de que não eram navegáveis estes mares" Vasc. Not. f. 91. Diz-se dos aspectos medonhos, perigosos; mostras d'elles. M. L. 3.107. col. 3. [...] *nenhuas carrancas* (de letigios, etc.) me assombrarão" V. do Arc. 3. 7. "essas *carrancas* de ousadia não nos atemorizam" Palm. 3. f. 96 v. Fazer *carranca*; mostrar na cara o seu enfado e mau humor. Desfazer as *carrancas*; i. é, as mostras de animo censorio, reprehensor. *Carranca*; armação de púas, que se põe aos rafeiros<sup>19</sup> contra os lobos. Arte milit. f. 191. (SILVA, 1877, p. 339, grifo nosso).

Já o dicionário luso-brasileiro e etimológico Houaiss (HOUAISS, 2001, p. 633, grifo nosso), em sua edição de 2001, refere-se ao termo como sendo:

De etimologia originalmente controversa, talvez de um latim medieval merovíngio *carcanum* 'colar', por metátese carnancum; no espanhol *carranca* (1330) significa 'colar erizado com pontas de ferro que protege os mastins<sup>20</sup> de mordeduras do lobo', acepção que ocorreu também no português, segundo Rafael Bluteau. Antenor Nascentes levanta a hipótese de a acepção moderna 'cara feia' explicar-se metaforicamente por comparação com o aspecto feroz do mastim armado de carranca.

Em edição seguinte do mesmo dicionário, em 2009, o termo permanece definido como sendo de "etimologia originalmente controversa" (HOUAISS, 2009, p. 410). No entanto, a explicação da edição anterior foi suprimida, talvez pela própria controvérsia atribuída às origens do termo.

Alguns dicionários publicados em Portugal ainda no início do século XX, mas que não mantêm nenhum vínculo com a língua portuguesa falada no Brasil, a exemplo

<sup>19</sup> Diz-se de ou cão de casta que serve para guardar gado.

<sup>20</sup> Grande cão para a guarda de gado. Por extensão, qualquer cão de guarda ou qualquer cão barulhento que ladra por qualquer coisa. (HOUAISS, 2001, p. 1864).

do Dicionário de Português-Espanhol, de autoria de Julio Martinez Almoyna, publicado no Porto, em 1939, também registram o verbete, nesse exemplo definido como: "semblante enfurruñado; mascarón, cara fea; careta; carátola, carlanca, cara de piedra, madera o metal que sirve de adorno en construcciones". (ALMOYNA, 1939, p. 267).

O mesmo se observa no dicionário Português-Latino, de autoria de Francisco Torrinha, também publicado no Porto, que define Carranca como "rosto carregado, aspecto de mau humor: torvus vultus, truces vultus". (TORRINHA, [19-?], p. 224). Assim, infere-se que o termo Carranca não se trata de um neologismo engendrado no Vale do São Francisco e que sua concepção foi influenciada sobremaneira pela cultura europeia, tanto em sentido estético, como em termos semânticos.

Nessa acepção, compreendendo-se as origens do termo e sua influência ante o surgimento das primeiras figuras de proa do rio São Francisco, interessa saber como certas partes do corpo são concebidas e observadas nas esculturas, nas máscaras, na pintura, nas artes visuais de modo geral

A imagem grotesca emana significados que se propagaram no tempo e no espaço, por meio de uma estética difundida a partir da cultura popular da Idade Média e do Renascimento. A maneira como a cabeça e sua anatomia - com ênfase na boca, nos dentes, nos olhos e no nariz - remetem a um simbolismo próprio nas expressões artísticas, ensejando significados diante de quem as contempla, ou mesmo de quem as enxerga de maneira desprezível. De acordo com Bakhtin (op. cit., p. 18):

No realismo grotesco a degradação do sublime não tem um caráter formal ou relativo. O "alto" e o "baixo" possuem aí um sentido absoluto e rigorosamente topográfico. O "alto" é o céu; o "baixo" é a terra [...]. Este é o valor topográfico do alto e do baixo no seu aspecto cósmico. No seu aspecto *corporal*, que não está nunca separado com rigor do seu aspecto cósmico, o alto é representado pelo rosto (a cabeça), e o baixo pelos órgãos genitais, o ventre e o traseiro. O realismo grotesco e a paródia medieval baseiam-se nessas significações absolutas.

Acerca dos significados nas artes visuais, também interessa para a análise das imagens das Carrancas sua posição ante os preceitos da arte erudita. Na distinção entre iconografia e iconologia essa análise vislumbra especialmente dois ângulos de observação, como ensina Panofsky (2012, p. 53):

O sufixo "grafia" vem do verbo grego *graphein*, "escrever"; implica um método de proceder puramente descritivo, ou até mesmo estatístico. A iconografia é, portanto, a descrição e classificação das

imagens, assim como a etnografia é a descrição e classificação das raças humanas; é um estudo limitado e, como que ancilar, que nos informa quando e onde temas específicos foram visualizados por quais motivos específicos.

Ainda de acordo com o autor, essa estrutura de análise iconográfica precede outra ligada aos motivos artísticos, que estaria mais aproximada à composição e à linguagem técnica das artes, um ato de interpretação pré-iconográfico. Quanto à análise iconológica, que vem a seguir, Panofsky (2012, p. 53) afirma que ela engloba as características precedentes (pré-iconográfica e iconográfica), algo como a ordenação entre a função, o uso e o sentido:

Ao concebermos [...] assim as formas puras, os motivos, imagens, estórias e alegorias, como manifestação de princípios básicos e gerais, interpretamos todos esses elementos como sendo o que Ernest Cassirer chamou de valores "simbólicos". [...] tratamos a obra de arte como um sintoma de algo mais que se expressa numa variedade incontável de outros sintomas e interpretamos suas características composicionais e iconográficas como evidência mais particularizada desse "algo mais". A descoberta e interpretação desses "valores simbólicos" (que muitas vezes, são desconhecidos pelo próprio artista e podem diferir enfaticamente do que ele conscientemente tentou expressar) é o objeto do que se poderia designar por "iconologia" em oposição à iconografia.

A coerência no âmbito dessa relação entre o tema primário ou natural, e as configurações de linha e cor (pré-iconográfico); o tema secundário ou convencional (iconográfico) e o significado intrínseco ou conteúdo (significação simbólica) é o que baliza os critérios de análise das imagens, com base na História das Artes, sua iconografia e sua iconologia. Algo que foi se amalgamando ao longo da história e consolidando a significação das imagens, com o que corrobora Ficino (apud PANOFSKY, 2012, p. 46), ao sintetizar essa conformação histórica na concepção das realizações artísticas:

O que é mortal em si mesmo consegue a imortalidade através da história; e o que ausente torna-se presente; velhas coisas rejuvenescem [...]. Se um homem de setenta anos é considerado sábio devido a sua experiência, quão mais sábio aquele cuja vida abrange o espaço de mil ou três mil anos! Pois na verdade pode se dizer que um homem *viveu* tantos milênios quanto os abarcados pelo alcance do seu conhecimento de história.

Como resumo deste tópico, o quadro abaixo, extraído de Panofsky (2012), sintetiza uma metodologia analítica das artes visuais, que ajuda a compreender o significado por trás das imagens:

OBJETO DA INTERPRETAÇÃO	ATO DA INTERPRETAÇÃO
I - <i>Tema primário ou natural</i> - (A) factual, (B) expressional - constituindo o mundo dos motivos artísticos.	<i>Descrição pré-icnográfica</i> (a análise pseudoformal).
II - <i>Tema secundário ou convencional</i> , constituindo o mundo das <i>imagens</i> , <i>estórias</i> e <i>alegorias</i> .	<i>Análise Iconográfica</i> .
III - <i>Significado intrínseco ou conteúdo</i> , constituindo o mundo dos <i>valores "simbólicos"</i> .	<i>Interpretação iconológica</i> .

### 3.4. A Arte do Feio: uma iconologia das imagens das Carrancas

Na Idade Média e no Renascimento as feições zooantropomorfas eram recorrentes nas imagens grotescas de cabeças humanas, misturadas a de animais, e os detalhes da anatomia facial imprimindo uma simbologia própria nas manifestações da arte popular e influenciando a produção de obras que expressam e comunicam sentimentos, reações, crenças, hábitos, enfim, modos de compreender o que tais imagens buscam comunicar.

Schneegans (apud Bakhtin, 2013, p. 276-277, grifo nosso) alude essa concepção ao fazer referência à caricatura de Napoleão representado com um nariz enorme, como se fora um animal e o caráter simbólico das outras partes do rosto, no âmbito do realismo grotesco:

Schneegans observa com muita razão o caráter grotesco da transformação do nariz do imperador em focinho de animal, uma vez que a mistura de traços humanos e animais é uma das formas mais antigas do grotesco [...]. O nariz é sempre o substituto do falo. [...]. Assim, todas as excrescências e ramificações têm [no corpo] um valor especial, tudo o que prolonga o corpo, reúne-o em outros corpos ou ao mundo não-corporal. Além disso, os olhos arregalados interessam ao grotesco, porque atestam uma *tensão puramente corporal*. No entanto, *para o grotesco, a boca é a parte mais marcante do rosto. A boca domina*. O rosto grotesco se resume afinal em uma boca escancarada, e todo o resto só serve para emoldurar essa boca, esse *abismo corporal escancarado e devorador*.

E justamente o que há de mais representativo nas imagens das Carrancas é a boca escancarada, esbanjando uma ferocidade animal, estampando dentes enormes e uma língua estirada como prolongamento do corpo. Feições horripilantes e ao mesmo tempo cômicas, cuja simbologia remonta às imagens de cabeças, bocas, línguas e dentes presentes no imaginário europeu, na transição entre o período medieval e o Renascimento, em seus carnavais, no teatro de rua, nas feiras livres. Dentre as descrições das Carrancas, algumas são bem representativas da imagem grotesca, como esta a seguir feita por Britto (1995, p. 56), que assim se refere às Carrancas do São Francisco:

Mesclando detalhes humanos com os dos animais, destes, sobretudo, a generosa cabeleira à semelhança de uma juba de leão, as carrancas apresentam, em geral, uma expressão de ferocidade [...] retratam apenas cabeça e pescoço de uma figura mitológica indeterminada”.

Entre tantos registros e descrições acerca das Carrancas, não há um que não remeta à simbologia descrita pelo significado dessas imagens no universo de um realismo grotesco. Desde a ação de enfrentamento no âmbito mitológico, passando pelas feições animais das imagens, com seus dentes agressivos, ferozes e esbugalhados, além do zooantropomorfismo e do instinto devorador e desbravador claramente simbolizados.



Figura 19: Carranca em exposição no bar Serra, na orla de Juazeiro/BA, margem oposta a Petrolina. Foto do autor: 14/01/2014.

Bakhtin (op. cit., p. 276-277) analisa a obra de François Rabelais, escrita no início do século XVI, para esmiuçar o cotidiano francês de então, com base na literatura e nas expressões da cultura popular. Nesta última, a estética

grotesca que emana das ruas aproxima-se dos cânones da arte erudita em função da sua originalidade. O trecho a seguir aborda a representação do corpo na imagem grotesca, especialmente quanto ao *significado da boca*.

As formas da cabeça, das orelhas, e também do nariz só tomam caráter grotesco, quando se transformam em figuras de *animais* ou de *coisas*. [...] O corpo grotesco é um corpo em movimento. [...] Esse corpo absorve o mundo e é absorvido por ele [...] o papel essencial é entregue no corpo grotesco àquelas partes e lugares, onde se ultrapassa, atravessa os seus próprios limites, põe em campo um outro (ou segundo) corpo. [...] Depois do ventre e do membro viril, é a boca que tem o papel mais importante no corpo grotesco, pois ela devora o mundo.

O simbolismo que acompanha a manifestação cultural das Carrancas há mais de um século é expresso pelo *cânone* grotesco e assimilado em seu significado de enfrentamento, sobreposição, conquista e dominação. Afinal, os barqueiros e remeiros queriam justamente dominar esse mundo que ficava no *final* do rio, dominar o curso do rio sobre embarcações que pesavam toneladas, e cujo domínio estava sujeito às intempéries da natureza.

A boca ganhou um significado preciso no realismo grotesco. Ao analisar o personagem *Pantagruel*, central na obra de Rabelais, Bakhtin afirma: "a boca grande aberta desempenha um papel particularmente marcante, dominante. Pode-se supor que o herói é justamente essa boca escancarada". (Ibid. 284).

Simbolicamente, pode-se inferir que os barqueiros e remeiros almejavam absorver esse mundo ao qual levava o rio e conquistar (devorar, em sentido figurado) os espaços por onde passavam. Cada povoado destinado a consumir as mercadorias transportadas em suas barcas eram tidas como prolongamento de suas ações e de seus trabalhos. A imagem grotesca das Carrancas do São Francisco prestou-se significativamente a esse fim de enfrentamento e conquista, ao passo que há também nas Carrancas um ar de comicidade, de sarcasmo. Existe também essa ambivalência nas *figuras de barca* do São Francisco. De acordo com Moreira (2006, p. 31. grifo do autor) existe:

Uma dimensão elementar do simbolismo anatômico é a identificação do órgão com a sua função. No caso da boca, exagerada nas carrancas, como aliás todos os detalhes que perfazem a cabeça de monstro, existe a associação do princípio devorador, tanto quanto o do soar, do gritar, uivar ou rugir.

O processo de miscigenação, ocorrido em um contexto de imposição da cultura europeia sobre as populações autóctones e os povos de origem africana trazidos para o Brasil na condição de escravos, foi alvo de análises sociológicas como as de Freyre (2006), que trouxe à baila a existência de uma sociedade carregada de influências culturais das três etnias formadoras da identidade cultural nordestina.

Entrementes, nesse processo, houve a proeminência do modo de vida e da estética exógenas, numa sublimação da cultura europeia diante do processo de colonização e de trocas culturais que originou hábitos e manifestações de fato miscigenadas, porém assimétricas. Canclini (2012, p. 20), adverte sobre o eufemismo que o termo miscigenação pode trazer em sua essência. Ao termo, o escritor argentino prefere usar a palavra *hibridación* para se referir a esses processos:

Es útil que se advierta sobre las versiones demasiado amables del mestizaje. Por eso, conviene insistir en que el objeto de estudio no es la hibridez, sino los procesos de hibridación. Así puede reconocerse lo que contiene de desgarramiento e lo que no llega a ser fusionado. Una teoría no ingenua de la hibridación es inseparable de una conciencia crítica de sus límites, de lo que no se deja o no quiere o no puede ser hibridado.

Canclini (Ibid., p. 13, grifo nosso) lembra ainda que o termo *hibridação* não é novo e seu significado vem sendo explorado desde o contexto da colonização da América Latina pelos europeus:

Podría decirse que existen antecedentes desde que comenzaron los intercambios entre sociedades, y de hecho Plinio el Viejo mencionó la palabra al referirse a los migrantes que llegaban a Roma en su época. Varios historiadores y antropólogos mostraron el papel clave del mestizaje en el Mediterráneo desde los tiempos clásicos de Grecia (Laplatine-Nouss), y otros recurren específicamente al término *hibridación* para identificar lo que sucedió desde que Europa se expandió hacia América (Bernard; Gruzinski). *Mikhail Bakhtin lo usó para caracterizar la coexistencia, desde el comienzo de la modernidad, de lenguajes cultos y populares.*

O animismo que se expressou nas *figuras de barca* do São Francisco quiçá simbolizasse a conquista dos territórios incursos no extenso Vale do São Francisco, uma espécie de devoração (em sentido figurado), assim como o imaginário imerge na construção da realidade. Nesse sentido, se o imaginário é que constrói as imagens (e não o contrário), como ensina Maffesoli, é lícito supor que o *continuum* simbólico ao qual



se refere Melo (2008) tenha no simbolismo das imagens grotescas um forte componente para a criação das primeiras Carrancas.

Em uma fotografia de 1912, que corresponde a um dos mais antigos registros de Carrancas no rio São Francisco, é possível identificar a proeminência da estética grotesca em sua *figura de barca* (Figura 20). Ainda antes desse registro, uma litografia de autoria de Wolff, de 1909, publicada no livro *Aspectos de um problema econômico*, já demonstrava as influências do realismo grotesco nas primeiras *figuras de barca* do Velho Chico (Figura 01). A respeito dessa litogravura, Mammì (2015, p. 27, grifo nosso) afirma: "a mais antiga imagem conhecida de uma Carranca, uma litografia do século XIX, já mostra uma figura *zooantropomorfa com traços grotescos*. E várias peças tidas como muito antigas têm a mesma característica".



Figura 20: Considerada uma das mais antigas fotos de Carrancas no São Francisco, o registro acima foi feito em 1912 por Artur Neiva e Belisário Pena. Apesar da baixa qualidade e definição da imagem, é possível identificar a estética grotesca da figura de proa da embarcação. Fonte: Moura (1974, p. 72).

Seria imprudente, no entanto, invalidar de todo as possíveis influências que as culturas negra e autóctone possam ter inserido na concepção das figuras de proa do São Francisco. A esse respeito, Luna (op. cit., p. 56), no entanto, vai além de uma influência incidental, ao insistir numa presença mais marcante da cultura oprimida na concepção inicial das Carrancas. Em sua análise:

As Carrancas são resultado de um cruzamento de influências do imaginário cristão português, notadamente do âmbito dos navegadores e exploradores transposto para o cenário da colonização do sertão, misturados sobremaneira com fortes doses do imaginário africano e ameríndio. (Ibid.).

Porém, a contingência histórica e as variáveis sociais, econômicas e culturais da região, aliadas à análise iconológica das imagens das Carrancas apontam para uma evidente preponderância da estética grotesca na concepção dessas imagens. Ao atribuir tamanha influência aos imaginários africano e ameríndio no contexto de surgimento das Carrancas do São Francisco, Luna baseia-se na constatação de que a maioria dos remeiros era de origem negra ou mestiça.

No entanto, o autor desconsidera o fato de que não havia a ingerência dos remeiros na fabricação das embarcações. Nesse sentido, Castro (1961 apud PARDAL, 1974, p. 108, grifo nosso) demonstra a divisão do trabalho na construção das barcas e algumas funções exercidas pelos profissionais que trabalhavam na segunda metade do século XIX, nos estaleiros do *Tamarindo de Cima*, em Santa Maria da Vitória/BA: "Flávio Rocha, *meio-mestre*; Camilo Donato, Timóteo Divino e Joaquim Demétrio, *enzozeiros*; Aristides Estrêla Preta e Augusto Tobó, *serradores*; Anselmo Cambão e José Quimama, *machadeiros-lavradores*".

Quanto aos remeiros, eram em sua maioria camponeses, ocupavam-se do trabalho com a agricultura e o gado, sendo contratados pelos barqueiros apenas para o trabalho temporário de condução das barcas, geralmente em épocas de entressafra. Eles não atuavam diretamente na concepção das barcas, muito embora, obviamente, integrassem o imaginário barranqueiro, atuando como operadores do transporte fluvial.

Aos remeiros é creditada ainda outra manifestação da cultura popular barranqueira, que eram as cantorias vociferadas durante as viagens feitas nas *barcas de figura*, no curso do Velho Chico. Como apontam Valladares (1981); Pardal (1974; 1979; 2006) e Neves (1998; 2004), essa era uma tradição bem conhecida na região, pois as cantorias dos remeiros ecoavam durante a passagem pelas vilas e povoados, como fica claro na citação a seguir:

Uma das tradições mais bonitas, e já hoje bem raras no rio São Francisco é a dos remeiros remarem cantando. Cantam para espalhar e para estimular as forças. Quando descem o rio, na voga, regularizam o movimento das remadas com a cadência da melodia, aliviando assim o penoso trabalho que vai da madrugada até a tardinha ou sob aguaceiros repentinos, há barcas que viajam com 8, 10, 12 remeiros, divididos metade de cada lado. Todos cantam e a distribuição de vozes é feita por um *regente*, dentre eles o que tenha mais musicalidade... Cantavam a quatro vozes com sutileza e fantasia; o solista era seguido pelo coro polifônico do qual se destacava uma voz muito alta em desencontro com o resto do conjunto, como se fosse uma réplica,

processo que tirava a monotonia das toadas quase sempre curtas e de melodia pouco variada.

Quanto aos nativos, embora tenham hipotecado aos colonizadores uma vasta experiência oriunda da navegação no rio Opara, não é possível atribuir-lhes a autoria das *figuras de barca*, pois os povos indígenas não participavam das decisões relativas à concepção da arquitetura naval das *barcas de figura*, mesmo porque não se ocupavam de atividades mercantis, como era o caso da navegação de cargas no São Francisco.



Figura 21: Carranca pertencente ao acervo do Museu Regional do São Francisco, em Juazeiro/BA. Olhos, boca e dentes (some-se também a língua, nem tanto explorada pelo artista acima) são convertidos em significados que oscilam entre o trágico e o cômico, ambivalência característica da imagem grotesca. Foto do autor: 09/08/2013.

Afinal, como explica Maracci (2012), "Os povos autóctones não alimentam a ideia de propriedade individual". Suas embarcações eram canoas destinadas ao deslocamento, à caça e à pesca e seu ornamento de proa mais conhecido era o maracá, que se trata de um instrumento musical, pois "não há registro de figuras de proa em embarcações indígenas" (MAMMÌ, 2015. p. 23).

Assim como os demais agentes que impulsionaram o transporte hidroviário na região, os remeiros ajudaram a alimentar o universo simbólico da navegação no São Francisco, mas não cabia a eles projetar ou construir as barcas, atividade restrita aos trabalhadores dos estaleiros.

Moura (2015, p. 60) corrobora essas inferências, ao mencionar a origem dos trabalhadores dos estaleiros brasileiros: "os maiores centros navais da colônia foram a Bahia, Rio de Janeiro e Belém do Pará. De Portugal vinham os carpinteiros da ribeira e até planos dos navios a serem construídos".

Luna (Ibid., p. 55) menciona ainda as "peças em madeira do artesanato antropomórfico africano banto ou iourubá [sic] e/ou de nação de angola" como outro indício de uma influência africana sobressalente nas Carrancas. No entanto, as máscaras e esculturas oriundas da região subsaariana (região que mais mandou escravos para o Brasil) apresentam uma iconografia bastante diversa das *figuras de barca* do São Francisco.



Figura 22: Máscara africana do século XIX. Antropomorfismo, olhos passivos e boca geralmente fechada (quando muito, entreaberta) remetem a uma introspecção que se opõe à estética grotesca das Carrancas. Fonte: <http://www.arteinformado.com/agenda/f/color-y-escultura-en-el-africa-antigua-31263>.

Quase que invariavelmente, não há zooantropomorfismo nas máscaras negras. A boca nas estátuas africanas sempre aparece fechada ou entreaberta e sua expressividade só é ampliada quando os lábios surgem mais carnudos e proeminentes. Em seus traços, as esculturas africanas geralmente apresentam os olhos fechados, denotando uma expressão de serenidade, ou no máximo de um espanto passivo, mas nunca de ataque ou devoração, como é visível na iconografia das Carrancas.

Por outro lado, é lícito supor que a concepção e a fabricação das *barcas de figura* pelos carpinteiros e marceneiros da época - que, como visto, também eram os imaginários das igrejas católicas - eram etapas plausíveis de serem acompanhadas mais pelos proprietários das embarcações em construção, ou seja, os fazendeiros e comerciantes que se estabeleceram no Vale, que ademais também eram tripulantes das embarcações, ou seja, possuíam um duplo interesse na eficiência das *barcas de figura*.



Figura 23: Escultura da região subsaariana da África. Ao contrário das esculturas das Carrancas, nas esculturas africanas os órgãos da face revelam introspecção. Fonte: <http://hid0141.blogspot.com.br/2013/09/africa-subsaariana.html>.

Entrementes, a identificação nas esculturas das Carrancas de influências da estética grotesca, cujo simbolismo tornou-se preponderante na Europa da Idade Média e do Renascimento (de onde se expandiu para suas colônias), não subtrai dos grupos populares a ação criadora da expressão grotesca das Carrancas pelos primeiros imaginários a terem-nas esculpido no semiárido brasileiro. Afinal, como ensina Certeau (op. cit., p. 83, grifo do autor), ao abordar o protagonismo da cultura popular:

A ordem efetiva das coisas é justamente aquilo que as táticas populares desviam para fins próprios, sem a ilusão que mudem proximamente. Enquanto é explorada por um poder dominante, ou simplesmente negada por um discurso ideológico, aqui a ordem é *representada* por uma arte. Na instituição a servir se insinuam assim um estilo de trocas sociais, um estilo de invenções técnicas e um estilo de resistência moral, isto é, uma economia do *dom* (de generosidades como revanche), uma estética de *golpes* (de operações de artistas) e uma ética da *tenacidade* (mil maneiras de negar à ordem estabelecida o estatuto da lei, de sentido ou fatalidade). A cultura *popular* seria isto, e não um corpo considerado estranho, estraçalhado a fim de ser exposto, tratado e *citado* por um sistema que reproduz, com os objetos, a situação que impõe aos vivos.

Tampouco se exclui a possibilidade exequível, embora remota, de que algum trabalhador de origem nativa, africana ou mestiça, dentre os inúmeros trabalhadores dos estaleiros que se localizavam em sua maioria em Juazeiro e Santa Maria da Vitória, na Bahia; e Pirapora e Januária, em Minas Gerais, tenha criado um primeiro protótipo da

figura de proa do sertão do São Francisco, mas que, no entanto, também teria sua gênese imbricada à cultura europeia, ainda que de forma híbrida, tendo em vista a preponderância da estética grotesca constatável na iconografia da imagem.

No entanto, ao contrário dessa perspectiva, o que se verifica é que os indícios sempre apontam para uma gênese europeia na concepção das primeiras figuras de proa do São Francisco, inclusive em virtude da formação dos primeiros imaginários da região, ensinados pelos missionários para produzirem imagens sacras, e, por consequência, ao aprenderem a técnica, tinham nas mãos outras possibilidades de criação nas esculturas, como explica Valladares (1972, p. 4 apud MAMMÌ, 2015, p. 184):

O detalhe de sutileza está no fato de a Carranca das barcas do São Francisco ter formado um capítulo específico de um comportamento de cultura, nada tendo de primarismo. Resultava de linhas tradicionais, possíveis de serem vistas no escultor Biquiba Guarany, como remanescente. Este teve um mestre, que, por sua vez, teria sido discípulo de um entalhador *jesuíta*. [...] Provavelmente algum missionário (assim como parece ter sido o ancestral do próprio Biquiba), admitindo-se a semantização que houve em relação à denominação de frade, padre, jesuíta, missionário etc. O importante é ter sido um mestre-entalhador, *toreuta*<sup>21</sup>, na decorrência de dois outros. Se aquele jesuíta fez Carranca, jamais se saberá, pois as mais antigas referências de barcas de remeiros datam de 1847, na informação deixada por Inácio Accioly de Cerqueira, autor de *Memórias históricas e políticas da Bahia*.

Por outro lado, não é menos inexequível a possibilidade do criador desse primeiro protótipo de uma Carranca ter sido um estrangeiro ou um herdeiro de terras que tivesse uma especial afinidade no trato com a madeira, ou que tivesse como atributo a arte de construir barcos em sua fazenda ou em algum estaleiro da região. Valladares (1972, p. 184) cita Agnaldo Manoel dos Santos, lançando dúvidas se o mesmo teria sido o único que não nascera na região a esculpir Carrancas:

*Parece* ter sido um dos primeiros de origem não são-franciscana a fazer peças nessa temática [...] Algumas ele próprio desprezou. Desprezou-as por serem menos que os modelos [...] Uma vez me chamou para ver a sua verdadeira Carranca. Era, de fato, excepcional escultura, tendo dos modelos aquele muito pouco como ponto de

---

<sup>21</sup> Especialista em torêutica; cinzelador. A torêutica é a arte de esculpir ou cinzelar sobre metais, marfim ou madeira, etc.; "o antropomorfismo mineiro é tão cioso da natureza caseira, que põe anjos machos e fêmeas na profusa torêutica dos altares". (Vitorino Nemésio, *O Segredo de Ouro Preto*, p. 235). (FERREIRA, 1999, p. 1691).

partida, mas trazendo em seus resultados o muito que haveria de se ver no espelho das águas.

Embora não seja possível identificar o primeiro escultor de Carrancas do Vale do São Francisco, alguns nomes são emblemáticos na arte das Carrancas. Algumas obras desses artistas mantêm-se no circuito das artes há décadas, compondo acervos de exposições no Brasil e no exterior, dialogando com a arte erudita e demais cânones artísticos e inspirando novas gerações na arte das esculturas populares.

Antes do encerramento deste tópico, ao se mencionar o diálogo entre a cultura popular das Carrancas - representada pela estética grotesca das esculturas zootropomorfas - e o circuito erudito das artes, é necessário distinguir as diferenças entre a *Arte feia* e a *Arte do Feio*, como ensina Suassuna (2014, p. 232):

Devemos chamar a atenção [para] a necessidade de distinguir a Arte feia - isto é, a arte falhada, mal realizada, incaracterística, - da Arte do Feio, isto é, da boa Arte que cria a Beleza a partir do Feio, e não do Belo. Esta é a que interessa à Estética, porque a primeira, a Arte feia, falhada, está automaticamente, excluída do campo estético. A outra, entretanto, pelo contrário, exerce uma espécie de estranha atração sobre os artistas e o público; e como, de certa forma, essa atração é um enigma, tem sido, ela, objeto de análise pelos pensadores, desde os mais antigos até os contemporâneos.

Ao abordar os cânones eruditos das Artes e a relação entre as Estéticas do Belo e do Feio, Suassuna lembra que os padrões de beleza são geralmente engendrados e emblemáticos hegemonicamente desde a Antiguidade Clássica, refletindo muitas vezes uma visão de mundo romantizada, excludente e ilusória:

Os gregos de orientação platônica excluíam de suas reflexões tanto a Arte feia como a Arte que parte do Feio para construir a Beleza, *dentro do seu pensamento é lógico*, aliás: se, para eles, a Arte é uma tentativa de aproximação dos arquétipos, dos modelos ideais de todas as coisas, os seres feios devem ser colocados de lado, porque somente os belos refletem com mais intensidade a Beleza ideal, absoluta. (Ibid., grifo nosso).

Do ponto de vista histórico, a concepção de Arte externalizada pelos gregos na Antiguidade Clássica reflete a hegemonia cultural exercida por Atenas. A História da Arte, assim como a História Geral, não refletem o todo, mas o factual. O não factual - ou seja, o cotidiano - geralmente fica de fora, e a história termina sendo contada pelos vencedores, o que não causa surpresas, afinal, como afirma Veyne (1982), a História

também admite *subjetividades, engajamento e seleção* e os fatos que mais repercutem são os que possuem maior documentação, sendo priorizados para o aprofundamento. "Os historiadores, em cada época, tinham a liberdade de recortar a história a seu modo" (Ibid., p. 19). Ainda segundo o historiador francês:

A historiografia tradicional estudava, com demasiada exclusividade, os grandes eventos desde sempre reconhecidos como tal; fazia *história-tratados-e-batalhas*, mas restava desbravar uma imensa extensão *não factual* cujos limites nem mesmo avistamos; o não factual são os eventos ainda não consagrados como tais: a história dos territórios, das mentalidades, da loucura ou da procura da segurança através dos tempos. (Ibid.).

Essa tendência também se repetiu na História das Artes, com a Antiguidade Clássica sendo reverenciada muitas vezes como o padrão a ser imitado. Para Suassuna (2014, p. 231) "o Belo é uma forma especial de beleza que se baseia naquilo que, na Natureza, já é belo e que se caracteriza pela harmonia, serenidade e equilíbrio nas proporções". Outro autor a afirmar a hegemonia do Belo como padrão estéticos na cultura ocidental, em consonância com os arquétipos pré-estabelecidos pela visão de mundo dominante, é De Bruyne (1930, apud SUASSUNA, 2014, p. 23), que afirma:

A Arte não produz unicamente o Belo, mas também o feio, o horrível, o monstruoso. Existem obras primas que representam assuntos horríveis, máscaras terríficas, pesadelos que enlouquecem. Será que é o mesmo o prazer que sentimos diante de Goya e Ingres, ante os fetiches congolezes e os torsos gregos do período clássico, ante o Partenon e os templos hindus? Será que são os mesmos, por um lado, o prazer do Trágico e do Sublime, misturados de sentimentos desagradáveis, e, por outro, o prazer sereno e harmonioso que nos causa o Belo puro? E sobretudo, com que direito tomamos nós, como unidade de medida em nossas apreciações da Arte universal, aquilo que nós, europeus ocidentais do século XX, consideramos como belo?

Na opinião de Canclini (op. cit. p. 150), que foca sua análise na produção da cultura popular e do artesanato, no contexto das relações entre o popular, o erudito e o massivo, há de se considerar a diversidade nas produções artísticas contemporâneas:

Hay un cambio de objeto de estudio en la estética contemporánea. Analizar el arte ya no es analizar solo obras, sino las condiciones textuales y extratextuales, estéticas y sociales, en que la interacción entre los miembros del campo engendra y renueva el sentido.



Como afirma Suassuna (2014, p. 231), "existem artistas que, pelo contrário, acham as formas mais ásperas do Feio mais expressivas, menos comuns, menos tendentes ao sentimentalismo, à pieguice, à uniformidade e à monotonia". Entre esses, estão os artistas populares responsáveis pela produção das esculturas das Carrancas, no Vale do São Francisco, que assumiram o cânone grotesco como guia fundamental da iconografia dessas imagens, mantendo-as em evidência até a atualidade, como expressão singular da arte popular brasileira. Chilvers (Op. cit., p. 239) afirma que:

Durante o movimento neoclássico, e em certas fases do romantismo, o grotesco voltou a ser apreciado, embora numa acepção diferente da original. O tratamento que Ruskin<sup>22</sup> deu ao grotesco teve o efeito de firmá-lo como gênero artístico respeitável, tanto na decoração como em outras áreas, muito embora o próprio Ruskin relutasse em incluí-lo entre as modalidades mais elevadas da arte. O grotesco original, "que apareceu pela primeira vez entre os enervados romanos", é citado com desprezo. Para Ruskin, o "*verdadeiro grotesco*" *deveria revelar algo da qualidade terrível da natureza*. Assim o termo grotesco que se originou como um termo técnico designativo de um tipo de decoração romana tardia e de um estilo decorativo renascentista nela baseado, veio a significar tudo aquilo que é incompatível com as normas estabelecidas, tanto na arte como na vida.

Suassuna (2014, p. 237) acredita que a obra de arte concebida a partir do Feio também apresenta uma forma de Beleza que pode, inclusive, provocar reações tão ou mais intensas que a Estética do Belo, como explica:

A Beleza natural é uma coisa bela; a Beleza artística é uma bela representação de uma coisa que pode, inclusive, ser feia e repugnante, na Natureza. A Arte do Feio é Arte da Beleza tanto quanto a arte do Belo, é tão legítima quanto esta última. Diante dessas ásperas formas de Arte que lidam com o Feio, o contemplador experimenta um choque, uma espécie de fascinação misturada de repulsa, e a impressão causada por obras desse tipo é inesquecível. A Arte do Feio como que nos reconcilia com as contradições, os crimes e a feiura da vida, por apresentar tudo isso representado num outro universo em que aquilo que é chaga aparece cicatrizado e domado. Certos artistas e escritores de espírito mais dionísíaco do que apolíneo, sentem-se atraídos pelo obsceno, pelo grotesco, enfim, por todos esses elementos ligados à feiura e à desordem da vida. Diante de suas obras, experimentamos um choque, causado pela captação intuitiva de algo direto, violento, primordial e elementar, algo diretamente ligado ao enigma do mundo. Com isso, consegue-se, também, uma correspondência maior entre o universo da Arte e da realidade.

---

<sup>22</sup> John Ruskin (1819-1900). "O mais influente crítico de arte inglês de sua época." (CHILVERS, op. cit., p. 469).

### 3.5. Precusores da arte no Vale do São Francisco: diálogo entre o popular, o erudito e o massivo

Francisco Biquiba Dy Lafuente Guarany não foi o primeiro carranqueiro do Vale do São Francisco, mas fez parte das primeiras gerações dos escultores das figuras de proa na região, sendo considerado o maior carranqueiro de todos os tempos, em virtude do acervo de esculturas expressivas que integram o acervo histórico da manifestação cultural das Carrancas. Seu nome tornou-se referência, ao imprimir um estilo próprio, exaltado até hoje na arte das Carrancas.

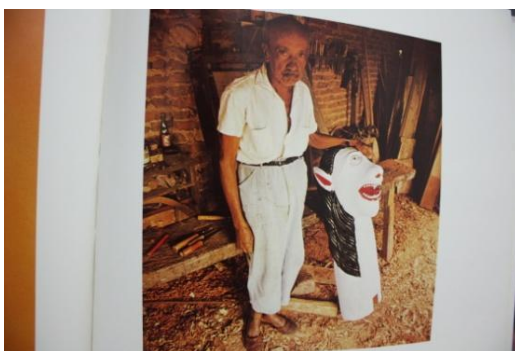


Figura 24: Mestre Francisco Biquiba Dy Lafuente Guarany (1882-1985) em seu ateliê, na cidade de Santa Maria da Vitória/BA, às margens do rio Corrente, afluente esquerdo do rio São Francisco. Fonte: Codevasf (1978).

O mestre Biquiba Guarany foi um desses escultores populares do Vale do São Francisco que deram visibilidade à iconografia original das Carrancas, assumindo a estética grotesca como conceito para sua arte. Em sua ascendência genealógica, Guarany contou com os três genes básicos das etnias formadoras da sociedade brasileira. Nascido em 1882, em Santa Maria da Vitória, no oeste baiano - na época uma vila localizada às margens do rio Corrente, afluente esquerdo do São Francisco - o mestre Guarany era bisneto de um padre jesuíta natural de Barcelona, chamado José Dy Lafuente, que chegando ao Brasil, amasiou-se com uma negra chamada Biquiba, natural de Moçambique, e foi morar com ela em Curaça, às margens do São Francisco, nas proximidades de Juazeiro. (PARDAL, 1974, p. 107).

Dessa união, nasceu seu avô, Plácido Biquiba Dy Lafuente, que casou-se com uma também negra que veio a se chamar Maria Biquiba. O filho mais velho desse casal, Cornélio Biquiba Dy Lafuente, casou-se com Marcelina Espírito Santo, neta de uma índia do Paraguaçu, que deu à luz ao escultor Francisco Guarany, ou simplesmente F. Guarany, como assinava suas obras. (Ibid.).

Ainda criança, Guarany ajudava o pai na construção de barcas em madeira e o acompanhava em viagens nas embarcações pelo São Francisco. Mestre Guarany relatou em entrevista a Pardal (Ibid.), que antes de esculpir sua primeira *figura de barca*, em 1901, aos 17 anos, já havia observado a ocorrência das Carrancas no São Francisco.

Um dos escultores citados por Guarany, que mereceram a admiração do mestre, é Afrânio, imaginário de Barreiras/BA, autor da esculturas que emproava a barca Minas Gerais (figuras 09 e 26), uma das Carrancas mais contempladas até hoje, desde a época das antigas *barcas de figura*. Afrânio foi um dos escultores nos quais Guarany admite ter se inspirado, no início de sua carreira.

Algumas das esculturas de Afrânio ainda hoje integram exposições de arte como a exposição *O triunfo das Carrancas*, realizada em 2010, no Centro Cultural Correios, no Rio de Janeiro; ou como a que foi organizada pelo Instituto do Imaginário do Povo Brasileiro (IIPB), intitulada *A viagem das Carrancas*, que esteve em cartaz respectivamente, em 2015 e 2016, na Pinacoteca do Estado de São Paulo e no Instituto Moreira Sales, no Rio de Janeiro.



Figura 25: Figura de barca da primeira metade do século XX, de autoria de Guarany, em exposição no Instituto Moreira Sales, no Rio de Janeiro, em 2016. Diálogo entre o popular e o erudito no âmbito da manifestação cultural das Carrancas. (cf. Figura 10). Foto do autor: 10/03/2016.

Além das peças do mestre Guarany e do escultor Afrânio, a exposição *A Viagem das Carrancas* também contou com obras de outros carranqueiros, como Ubaldino, filho de Guarany, e Agnaldo Manoel dos Santos, além de outros artistas anônimos que à época, infelizmente, não assinavam suas obras, talvez por não suspeitarem do reconhecimento que tais esculturas teriam no campo das artes.

Embora suas peças tenham sido reconhecidas no campo das artes, a carreira artística do mestre Afrânio foi pouquíssimo documentada e conservada. É dele a autoria

da figura de proa da barca Minas Gerais, uma das mais contempladas e reverenciadas no âmbito da arte das Carrancas até hoje. (Figuras 09 e 26).

Já na obra de Guarany, o que mais chamou a atenção entre os críticos, especialistas e curadores de arte foi a originalidade nas feições de suas *figuras de barca* e de suas Carrancas, tanto antes como depois da refuncionalização e da reconversão de suas esculturas, quando deixaram a função utilitária - ao menos na visão da maioria dos carranqueiros/imaginários da época - para conquistar espaço no campo das artes.

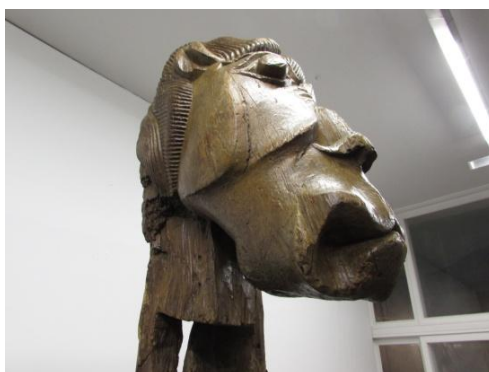


Figura 26: Carranca de autoria do mestre Afrânio, na exposição *A Viagem das Carrancas*, no Instituto Moreira Sales, em 2016, no Rio de Janeiro. Setenta anos após ser fotografada por Marcel Gautherot na proa da barca Minas Gerais (cf. figura 09), escultura continua sendo contemplada como obra de arte. Foto do autor: 10/03/2016.

Guarany foi sempre zeloso com suas esculturas, desde os tempos das *figuras de barca*, como chamava as figuras de proa do São Francisco. Após a repercussão que as imagens tiveram, com a publicação de matérias jornalísticas em revistas de grande circulação no Brasil e no estrangeiro, ainda na década de 1950, e a procura de *marchands* e colecionadores por suas obras, o escultor tornou-se cômico do valor artístico de suas peças, atribuindo às Carrancas o adjetivo de obra de arte.

O mestre sabia que para as esculturas das Carrancas conquistarem relevância como obras representativas da escultura popular brasileira, ele precisaria dialogar com os representantes das artes em todas as instâncias, a começar pela relação com os colecionadores e *marchands*.

Hoje, o acervo deixado por Guarany, que foi adquirido, conservado e catalogado por colecionadores, destina-se à contemplação e à fruição em galerias e centros de arte visitados tanto por admiradores das artes, habituados a frequentar salões, exposições, eventos e atrações artísticas de modo geral, quanto por intelectuais e especialistas em linguagens artísticas.



Figura 27: Material de divulgação da exposição *O Triunfo das Carrancas*, realizada entre 20 de abril e 21 de maio de 2010, no Centro Cultural Correios, no Rio de Janeiro. Fonte: [http://www.rioecultura.com.br/expo/expo\\_resultado2.asp?expo\\_cod=1522](http://www.rioecultura.com.br/expo/expo_resultado2.asp?expo_cod=1522).

Para Pardal (1974, p. 123), "a grandeza de Guarany está na uniformidade do seu trabalho. Não se lhe pode apontar uma só peça considerada de má concepção, e absolutamente todas apresentam um perfeito apuro técnico". Quanto à personalidade do mestre, o autor aponta um misto de simplicidade e eloquência:

É um indivíduo simples, natural, afável, otimista [...] aprendeu a ler e escrever com padres. [Porém] sua formação [foi] deficiente, como geralmente acontece no interior. Mas Guarany fala bem. Foi orador da Filarmônica 6 de Outubro. Fez política pela UDN [partido político dissolvido em 1965], e seus discursos em praça pública eram agressivos. Em 1972, entrevistado em programa de auditório na televisão paulista, falou com naturalidade e desembaraço. Foi convidado para proferir palestra em uma faculdade de economia de São Paulo, sobre o São Francisco e as Carrancas, o que lhe deu grande prazer, pois só se orgulha de suas esculturas, especialmente as que fez por encomenda do exterior, "onde até em Museus estão". Outra alegria de Guarany foi ter recebido, em 1968, o diploma de Membro Correspondente da Academia Brasileira de Belas Artes.

Mammì (2015, p. 31) cotejou as obras de dois dos mais conhecidos precursores das figuras de proa do rio do São Francisco. O início das carreiras de ambos remete à longínqua passagem do século XIX para o século XX:

Frente ao refinamento linear de Afrânio [...] a produção de Guarany pode até parecer maneirista. Mas é incomparavelmente mais rica não só em número, como em variantes e soluções arrojadas: justamente porque bebe de várias fontes, não se pode detectar nele uma influência dominante. Guarany é um inventor. Deve-se a ele a criação do tipo fundamental de carranca são-franciscana: nem aterradora nem cordial,

nem homem nem bicho, mas um pouco de tudo isso, graças a um equilíbrio sempre muito bem calculado de elementos discordes.

Mas houve, e continua havendo, outros escultores reconhecidos na arte centenária das Carrancas. Alguns dos quais tiveram suas obras abordadas por Pardal (1974, 1979, 2006); Valladares (1981); Mammì (2015); Coimbra; Martins; Duarte (2007); Martins; luz; Belchior (2013); Moreira (2006). Um desses artistas populares que escreveram seus nomes na galeria dos grandes mestres carranqueiros do São Francisco foi o piraporense Davi Miranda, falecido em 2005, que era ex-marceneiro da Companhia de Navegação do São Francisco (Franave), autor, dentre outras esculturas, de quatro Carrancas encomendadas para ornar os castelos de proa dos empurradores da Companhia de Navegação, após o fim das *barcas de figura*, como uma forma de homenagear as antigas *figuras de barca* do São Francisco (Figura 17).



Figura 28: Carranca de autoria Domingos Lopes, de 1972. Escultura pertence à coleção do ex-prefeito de Petrolina e ex-deputado Geraldo Coelho. Foto do autor: 15/01/2014.

As quatro esculturas encomendadas pelos gestores da Franave na época, foram utilizadas de forma resignificada, e pode-se afirmar que esse foi o primeiro registro de uso das imagens das Carrancas em caráter institucional, ou seja, uma primeira ação institucional de uso das imagens das Carrancas no âmbito das estratégias de Folkmarketing, conceito que só viria a ser elaborado posteriormente (LUCENA FILHO, 1998, 2008, 2009, 2012) e que será aprofundado mais adiante neste trabalho.

Outro artista popular que se tornou reconhecido no âmbito das esculturas das Carrancas foi o petrolinense Domingos Lopes, citado por autores como Pardal (1974; 2006); Valladares (1981); Coimbra; Martins; Duarte (2010) como um dos carranqueiros

mais talentosos do São Francisco, desde a época de Guarany, mas que, infelizmente, alegando motivos pessoais - segundo informações de sua cunhada, Maria da Cruz, que coincidentemente também é escultora, filha da ceramista Ana das Carrancas - abandonou a carreira precocemente, ainda por volta da década de 1980, quando a atividade de carranqueiro atraiu a concorrência de diversos artesãos, muitos dos quais as produziam em série, repetindo o modelo Vampiro, de feições padronizadas<sup>23</sup>.



Figura 29: Escultura em barro de Ana das Carrancas, em exposição no Sesc Petrolina. Foto do autor: 26/08/2013

Ainda na década de 1960, surge em Petrolina a ceramista Ana Leopoldina dos Santos, a Ana das Carrancas, outra artista local que contribuiu sobremaneira para a popularização da arte das Carrancas, imprimindo uma nova concepção e um novo estilo às esculturas zooantropomorfas do São Francisco. A artista inovou ao modelar suas peças com o barro que extraía das margens do rio e também apresentou Carrancas com olhos e narizes mais antropomorfos, deixando para explorar o zoomorfismo nas feições das orelhas e inferiores do rosto, nos contornos da boca e do queixo. Em função do próprio processo produtivo, tendo o barro como matéria-prima, os dentes não aparecem nas esculturas de Ana, o que exclui mais o lado agressivo e assustador, explorado nas imagens das Carrancas em madeira.

A trajetória de Ana Leopoldina rendeu-lhe o reconhecimento como artista popular brasileira. Suas Carrancas incorporaram um estilo ímpar, com feições mais

<sup>23</sup> A demanda por Carrancas havia atingido um ápice nos anos 1980, de modo que muitos aprendizes e novos escultores se agregaram à produção, fazendo os artistas mais talentosos descreditar a carreira logo após os primeiros impactos decorrentes da lei da oferta e da procura. Houve queda de preços e diminuição do apuro na produção das peças, pois com o aumento do número de artesãos, a concorrência fez o valor das Carrancas cair, mas os escultores mais talentosos recusaram-se a nivelar por baixo suas obras. Porém, nos anos subsequentes, o mercado das esculturas voltou a se estabilizar com uma segmentação que dividiu os clientes das esculturas em dois grupos: os apreciadores da arte original das Carrancas e os consumidores de souvenirs e lembrancinhas do mercado do artesanato. No final dessa mesma década, em 1989, uma categoria mais organizada de escultores foi se formando, a partir da fundação da Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina.



arredondadas, os olhos furados, e diversificações em sua produção, como as esculturas representando as *barquinhas com as figuras de barca* na proa em uma peça única, variação que é reproduzida até hoje pelas filhas da artista, que as comercializam no Centro Cultural coordenado por Maria da Cruz, uma das filhas de Ana, e nos demais circuitos das artes, lojas e feiras de artesanato.

#### 4. Petrolina das Carrancas e as Carrancas de Petrolina

##### 4.1. Petrolina e o sertão do São Francisco

Quinta maior cidade de Pernambuco e a segunda do interior do estado - menor apenas que Caruaru -, Petrolina localiza-se na Mesorregião do São Francisco, no sertão do estado. Sua distância rodoviária até a capital, Recife, é de 715 quilômetros (BR-232 e BR-428). O município ocupa uma área de 4.561,872 km<sup>2</sup> e faz fronteira ao norte com Dormentes/PE; ao sul com o estado da Bahia; ao leste com Lagoa Grande/PE; e ao oeste com a cidade de Afrânio/PE e o estado da Bahia.



Mapa 06. De Petrolina a Petrolândia, o rio São Francisco delimita a fronteira entre Pernambuco e Bahia.  
Fonte: [http://www.entrenacoes.com.br/ceen\\_pernambuco/images/petrolina\\_pe.gif](http://www.entrenacoes.com.br/ceen_pernambuco/images/petrolina_pe.gif).

A população de Petrolina é de 331.951 habitantes e sua densidade demográfica é de 64,44 hab/km<sup>2</sup> (IBGE 2015). O Produto Interno Bruto (PIB) de Petrolina aproxima-se dos R\$ 4,4 bilhões (IBGE, 2012 - série revisada), que equivale ao sexto maior PIB do estado. Já o PIB per capita é de R\$ 14.394,06. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>24</sup> de Petrolina é de 0,697, sendo o quinto maior do estado, o maior do interior de

<sup>24</sup> O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é utilizado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) com o objetivo de medir o grau de desenvolvimento econômico e a qualidade de vida da população. O índice varia de 0 (nenhum desenvolvimento humano) a 1 (máximo desenvolvimento humano). O IDH é calculado levando em consideração fatores como educação (anos de



Pernambuco, e muito próximo do IDH do Brasil, que ocupa a 73ª posição no ranking mundial, com o índice de 0,699.

Inserida no semiárido brasileiro, região cuja principal característica é a pouca incidência de chuvas, com média anual abaixo dos 750 milímetros (MALVEZZI, 2007), Petrolina apresenta uma precipitação média anual de 549 milímetros, com chuvas concentradas entre os meses de novembro e abril (TEIXEIRA, 2010) e temperatura média anual de 26,3°C (INMET, 2016). Seu bioma é a caatinga<sup>25</sup>, um dos mais diversificados do mundo, com extensa variedade de espécies endêmicas da fauna e da flora.



Figura 30: Região do Submédio São Francisco. Ao centro vê-se a ilha do Fogo e a ponte construída na década de 1950, que une Petrolina/PE a Juazeiro/BA. Foto do autor: 11/11/2011.

Petrolina e Juazeiro fazem parte da *Região Administrativa Integrada de Desenvolvimento do Polo Petrolina e Juazeiro* (RIDE), situada no trecho submédio do São Francisco, formando o maior núcleo populacional do Vale. A RIDE foi criada em 2001 por meio da Lei Federal 113, regulamentada pelo Decreto 4.366/2002, e engloba também os municípios de Lagoa Grande, Orocó e Santa Maria da Boa Vista em Pernambuco; e Casa Nova, Curaçá e Sobradinho, na Bahia.

---

estudo), expectativa de vida e PIB *per capita*, que é a média da riqueza produzida por pessoa em dado local, no período de um ano.

<sup>25</sup> A *caatinga* é o único bioma exclusivamente brasileiro, o que significa que parte do seu patrimônio biológico não pode ser encontrado em nenhum outro lugar do planeta. Possui fauna e flora muito variadas. Dentro da Bacia, esse ecossistema está localizado principalmente na Bahia, Pernambuco e interior de Alagoas e Sergipe. [...] *Caatinga* na língua indígena significa *mata branca*, numa clara alusão à vegetação local, visto que na maior parte do ano suas árvores ficam desfolhadas, fazendo com que se sobressaia na paisagem as cores branca e cinza dos caules secos. As plantas encontradas ali são, em geral, árvores e arbustos que conseguiram se adaptar, por suas folhas grossas, espinhos e raízes profundas, a grandes períodos de seca. Essas adaptações servem para que a vegetação consiga armazenar a maior quantidade de água possível. Mesmo quando a caatinga está muito seca, logo que chegam as primeiras chuvas tudo se transforma, fazendo com que a paisagem se torne rapidamente verde nos sertões. (HERMUCHE, 2012, p. 16).

Juntas, essas cidades possuem cerca de 750 mil habitantes, que ocupam uma área total de 35 mil km<sup>2</sup>. A RIDE visa a cancelar a região como polo de desenvolvimento tecnológico da fruticultura irrigada no Brasil, é coordenada pela Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf), em parceria com a iniciativa privada, e conta com o apoio da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa).

#### **4.2. Petrolina dos Missais**

O surgimento e o desenvolvimento de Petrolina deveu-se inicialmente a sua integração com Juazeiro, em confluência com os intercâmbios econômicos e culturais entre as duas localidades, fundadas em um ponto de convergência de migrantes, empório e baldeação hidro-rodo-ferroviária. No início do seu povoamento, concomitante à expansão da pecuária nas margens do Submédio São Francisco, alguns aldeamentos indígenas foram transformados em aldeamentos missionários, em meio ao processo de catequese implementado por jesuítas, franciscanos e capuchinhos.

Ainda no século XVII, a presença de fazendeiros e missionários, exercendo a ocupação do território e a aculturação dos nativos, emoldurou os primeiros aglomerados sociais da região. A esse respeito, Neves (2004, p. 16) afirma:

Na primeira metade do século XVII e início do século XVIII, diversos aldeamentos cristãos foram criados no rio São Francisco. A construção que dominava aquelas povoações era a igreja, edificada pelos missionários utilizando a força de trabalho indígena. Em torno dela edificava-se a casa paroquial e as moradias dos nativos. Fundado por um missionário capuchinho, o aldeamento Aracapá pode ser considerado um modelo em sua época; localizava-se numa ilha a 6 léguas do lugar onde hoje está a cidade de Cabrobó (PE). Padres de outras missões o visitavam e até mesmo lá permaneciam alguns meses para conhecer o seu funcionamento. Os aldeamentos orientavam-se basicamente para o trabalho de catequese em que os missionários criavam [...] vocabulários em língua nativa para facilitar a conversão dos índios ao cristianismo. No mesmo período histórico cresce o número de vaqueiros nas margens do São Francisco.

Próximo ao atual município de Petrolina, antigas fazendas pertencentes aos latifundiários da família D'Ávila e seus agregados tornaram-se vilas e depois cidades, como são os casos de Santa Maria da Boa Vista e Cabrobó, municípios pernambucanos distantes, respectivamente, 100 e 166 quilômetros de Petrolina.

Esse fenômeno também foi observado em outras vilas e povoados que circunscrevem Petrolina no vizinho estado da Bahia, que começaram como fazendas estabelecidas em locais antes habitados por tribos nativas, a exemplo de Remanso, Casa Nova, Sento Sé, Pilão Arcado e Sobradinho, cujos antigos territórios foram submersos em 1973, para a construção da represa e da Usina Hidrelétrica de Sobradinho, administrada pela Companhia Hidro Elétrica do São Francisco (Chesf), localizada a 50 quilômetros de Petrolina.

Integrada ao transporte fluvial desde 1730, quando foi inaugurada a primeira barca de passagem, Petrolina é descrita já em 1879, por Sampaio (1955, p. 79), como uma vila de "pouco comércio [e] população escassa", que aliás, segundo o autor, "todos informavam ser uma povoação muito nova e destinada a grande futuro", ao passo que "Joazeiro [sic], fundada pelos fins do século XVII, [possuía] uma boa igreja matriz, teatro, uma grande praça arborizada, ruas extensas, comércio animado, porto profundo e amplo, exibindo uma verdadeira frota fluvial". (Ibid., 76-77). E acrescenta ainda, a respeito da cidade baiana:

Tudo, com efeito, aqui concorre para tornar essa cidade um centro de ativas transações. Situada na encrusilhada [sic] de duas grandes artérias de comunicação interior, isto é, a velha estrada histórica que da Bahia se encaminha para o Maranhão através do Piauí, e a amplíssima estrada fluvial, que desce de Minas e vai ao Oceano através da Bahia, Pernambuco, Alagoas e Sergipe.

Já Petrolina, somente foi elevada à categoria de vila com o nome atual em 1862. A vila foi extinta e fundada novamente em 1870, até tornar-se cidade, em 1895, ano em que as *barcas de figura*, com suas enigmáticas figuras de proa zooantropomorfas, já atracavam às margens do Velho Chico, transportando mercadorias, novidades e notícias, abastecendo seus primeiros moradores com uma diversidade de produtos que se distinguia dos padrões de consumo da hinterlândia na época, muito embora esse acesso fosse inicialmente restrito a uma aristocracia do gado, os coronéis do sertão. Acerca do das origens do nome Petrolina, um levantamento feito pelo IBGE encontrou mais de uma versão:

Há versões de que o nome da cidade foi em homenagem ao então Imperador Dom Pedro II e sua esposa, Dona Leopoldina. Outra história menciona a existência de uma pedra linda que havia na margem do rio, pedreira da qual foi retirada matéria-prima para a construção de um dos maiores monumentos históricos da cidade, a

igreja Catedral. O escritor Santana Padilha deixou escrito em seu livro *Pedro e Lina*, que o nome da cidade se daria pelo fato de os dois primeiros moradores se chamarem Pedro e Lina e na ocasião de seu casamento, o frei Henrique, de sotaque italiano, ao pronunciar seus nomes fez-se ouvir Petrolina. (IBGE, 2016).

A Diocese de Petrolina foi fundada em 1923, o que sedimentou ainda mais a presença católica na região e a influência da congregação na cultura local. Naquela época, a igreja Matriz Nossa Senhora Rainha dos Anjos já havia sido erguida, tendo sido fundada em 7 de junho de 1862, pelo frei Henrique, capuchinho italiano.

Em 1925, o primeiro bispo de Petrolina, o também italiano Antônio Maria Mellano, radicado na França com o sobrenome de Malan (1864-1931), conclamou os fieis a erguerem a Catedral Sagrado Coração de Jesus, projetada em estilo gótico, que dominava na arquitetura das igrejas desde o início da Idade Média.



Figura 31: População de Petrolina foi conclamada a transportar as pedras para a construção da Catedral da cidade. Fotografia de 1926. Autor desconhecido. Fonte: <http://epcruzdenuncia.blogspot.com.br/2013/12/historia-da-construcao-da-catedral-de.html>.

A Catedral foi então construída com pedras carregadas pela população, que na época era de cerca de 3 mil habitantes, vindo a se tornar um dos principais cartões postais da cidade. Em sua construção, Dom Malan lançou a profecia: "Façamos a casa de Deus e tudo o mais crescerá ao redor". (AMARAL, 2012). Em seguida, os salesianos construíram um hospital batizado com o nome do bispo e os colégios Maria Auxiliadora e Dom Bosco (respectivamente para mulheres e homens).

Dessa forma, assim como a estética grotesca, que se expressa nas imagens das Carrancas e orbita há anos o imaginário das populações ribeirinhas, outro *continuum* simbólico se estabeleceu na cidade, dessa vez envolto na religiosidade e na fé, foi expresso por meio da arquitetura gótica. A Catedral de Petrolina foi definida por Dom

Malan como "uma catedral de pedras, que se converteu num templo imponente". (PADILHA, 2006, p. 327).



Figura 32: Das margens do São Francisco, em primeiro plano, vê-se a arquitetura barroca da igreja Matriz de Petrolina, de 1862. Ao fundo, a Catedral Sagrado Coração de Jesus, com janelas e vitrais bem ao estilo gótico, de 1926. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=49JZf0Bsf5Q>.

A estética gótica surgiu na Europa, no século XII, como expressão da arquitetura medieval observada em castelos e outras edificações, sendo notadamente fomentada pela igreja católica, que à época proclamava espaços mais amplos para abrigar o maior número possível de fieis, e formas mais verticalizadas, de modo a simbolizar a aproximação ao céu, na relação devoto com o cosmos sagrado, a salvação, o fim celestial. Nessa perspectiva, os vãos das igrejas tornaram-se mais amplos, para facilitar a iluminação interna, e as naves, mais altas, passaram a ter um formato ogival (determinado por dois arcos que se cruzam no ponto médio).

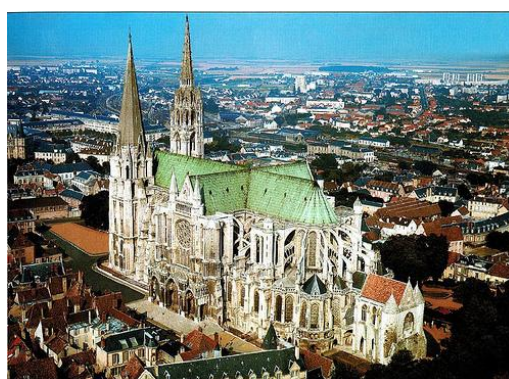


Figura 33: Catedral de Chartres, na França. Uma das principais representantes da arquitetura gótica na Europa. Por influência do clero proveniente da Itália e da França, a Catedral de Petrolina seguiu a mesma tendência estética, importada da Europa, sendo considerada neogótica. Fonte: <http://www.duga.com.br/wp-content/uploads/2013/01/chartres-a-cidade-e-a-catedral.jpg?c01daf>.

Enquanto na Europa a estética grotesca surgiu como uma reação das ruas aos valores medievos e castradores vigentes; no Vale do São Francisco essa ordem foi invertida, pois o gótico chegou depois que a imagem grotesca já se encontrava

estabelecida no contexto da colonização. Bakhtin (2013, p. 234) analisa as instâncias da relação entre o gótico e o grotesco na Europa, ainda com foco na obra de Rabelais:

Ele [Rabelais] serve-se do sistema de imagens da festa popular com seus direitos de liberdade e de licença, reconhecidos e consagrados pelos séculos, para castigar seriamente o seu inimigo: o século gótico. Como se trata apenas de um jogo cômico, ele fica impune. Mas esse jogo se representa sem palco e, no ambiente de liberdade autorizada, Rabelais se entrega a um ataque contra os dogmas e os mistérios, santuários da concepção medieval.

As entradas das catedrais góticas possuem três portais e a grandiosidade da construção visa a demonstrar a inferioridade do homem diante do sagrado. Com o passar do tempo, as torres das igrejas góticas da Europa também passaram a expor gárgulas, mas apenas em suas fachadas, ou seja, sem abrigá-las no interior do templo sagrado, o que pode sugerir uma simbologia subsequente de enfrentamento ante os inimigos externos da igreja.

Gombrich (2015, p. 185) explica a importância da arquitetura gótica para a igreja católica, num momento em que a instituição necessitava simbolizar a abertura de suas portas e janelas para resgatar a transparência e a ética, valores defendidos pela congregação a partir da contrarreforma:

Se na verdade os pilares eram suficientes para sustentar os arcos da abóboda entre os quais as pedras serviam como mero enchimento, então todas as paredes maciças entre os pilares também eram, na verdade, supérfluas. Era possível erigir uma espécie de estrutura de pedra para manter o edifício coeso. Bastava empregar pilares leves e *costelas* estreitas nas arestas da abóboda. Qualquer coisa de permeio podia ser dispensada sem perigo de a estrutura desabar. Não havia necessidade alguma de pesadas paredes de pedra - pelo contrário, nas paredes podiam ser abertas grandes janelas. [...] Só que eles [os arquitetos] não dispunham de esquadrias de aço nem de longarinas de ferro - tinham que construí-las de pedra, e isso exigia uma grande quantidade de cálculos meticulosos. Entretanto, desde que os cálculos fossem corretos, era possível construir uma igreja de tipo inteiramente novo: uma edificação de pedra e vidro como o mundo jamais vira. Essa era a ideia dominante das catedrais góticas.

Não há gárgulas na Catedral de Petrolina, mas antes da sua construção, as imagens das Carrancas já expressavam o cânone grotesco, ajudando a compor a paisagem barranqueira no âmbito do imaginário local, de modo que essa dupla influência estética consubstanciou a identidade cultural local, em meio às esculturas

artísticas das Carrancas e dos santos e à arquitetura colossal da catedral, expressões das "reminiscências" trazidas do Velho Mundo, às quais se refere Melo (2008).

Esses vestígios do imaginário, que se expressam através das artes e que na região foram engendradas de modo bastante peculiar, evidenciam da mesma forma um "*continuum* simbólico" entre as duas realidades - a dos colonizadores e a dos colonizados - expondo as influências das culturas popular e erudita europeias, parcialmente hibridizadas com as expressões dos povos nativos, afrodescendentes e mestiços, na formação do imaginário local e na conformação da identidade cultural de Petrolina. Quiçá, como que os vaqueiros tenham em si um quê dos cavaleiros medievais, como reclama Suassuna (2013), ao misturar a Europa com o sertão nordestino.

### 4.3. Polo urbano

Não se pode afirmar que a profecia do bispo Dom Malan, de que "fosse feita a casa Deus e tudo o mais cresceria ao redor", tenha se confirmado, mas o fato é que, após a inauguração da Catedral, a cidade experimentou um processo gradativo de modernização que se estende até a atualidade. Já em 1933, foi iniciado o tráfego aéreo em Petrolina, com a inauguração de um primeiro campo de pouso, onde aterrissou um avião do Correio Aéreo Militar - CAM.

Em 1941, o primeiro voo comercial fez a rota Rio de Janeiro/Bom Jesus da Lapa/Petrolina/Recife. (INFRAERO, 2016). Mais recentemente, em 1981, um novo aeroporto foi construído em um local mais afastado da zona urbana, com uma pista de pouso de padrão internacional, tendo sido habilitada para o tráfego aéreo de cargas, voltado para a exportação de frutas para a Europa.

Em anos de safra recorde, até 50 voos internacionais são realizados em aviões como o 747-400, da Cargolux, um dos maiores aviões cargueiros do mundo. Já em 2004, o aeroporto passou por nova reforma, quando houve a ampliação do terminal de passageiros, cuja capacidade passou a ser de 150 mil pessoas por ano. Com a movimentação do aeroporto ampliada, o Comando Regional da Aeronáutica instalou na cidade um Destacamento do Controle de Espaço Aéreo, em 1997.

A Marinha do Brasil também aportou cedo na região. Já em 1940, com a intensa movimentação portuária, foi instalada a Capitania Fluvial do São Francisco, em Juazeiro/BA. Enquanto que o Exército Brasileiro, que possui tropas especializadas para



atuar em diversos ambientes da natureza, como a selva, o pantanal, a montanha e demais regiões onde a sobrevivência pode se tornar extrema, instalou, em 1975, o 72º Batalhão de Infantaria (72BIMtz), em Petrolina, cujo grito de guerra é: "*Caatinga*".

O Batalhão recebe rotineiramente em sua caserna militares das elites das três Forças Armadas, para treinamento de sobrevivência em regiões áridas e semiáridas, além de militares de tropas internacionais, conforme acordos de cooperação entre o Brasil e países estrangeiros, para treinamento da mesma natureza.



Figura 34: Avião cargueiro em abastecimento no aeroporto de Petrolina. Uvas e mangas dos projetos de irrigação intensiva do Vale do São Francisco abastecem os mercados da Europa, via transporte aéreo, e dos EUA, via transporte marítimo. Fonte: <http://correiodogranderecife.com.br/destaque/petrolina-lidera-a-producao-de-frutas-no-brasil>.

Quanto aos setores produtivos da economia local, a partir da década de 1970, a região ingressou no modelo agrícola do agronegócio, após investimentos direcionados pelo Estado, durante o regime militar, que visavam à industrialização em larga escala dos setores produtivos, o que incluiu a modernização da agricultura, como forma de atender mesmo os interesses do capital externo.

Esse período ficou conhecido como o do *milagre econômico* e teve repercussões diretas no modelo de agricultura priorizado na região. A partir de então, o Vale do São Francisco tornou-se polo de fruticultura irrigada, priorizando as monoculturas de manga e uva destinadas à exportação, cujo volume anual é da ordem de 700 mil toneladas, embora outras variedades sejam cultivadas em menor escala em comparação com essas duas culturas prioritárias<sup>26</sup>. A agricultura familiar, cuja produção abastece o mercado interno, é representada proporcionalmente por uma fração menor de terras.

As condições agrometeorológicas locais, como temperatura e umidade do ar; níveis de radiação solar; balanço hídrico; índices de precipitação, com períodos de

<sup>26</sup> Dados do Censo Agropecuário 2006. IBGE.



chuva bem definidos e poucas variações durante o ano, além da possibilidade de captação das águas do São Francisco para uso na irrigação intensiva por aspersão, dentre outros fatores<sup>27</sup>, despertaram a atenção de setores ligados ao agronegócio, fazendo com que muitos empresários e investidores externos desembarcassem em Petrolina e região, trazendo a tiracolo o modelo hegemônico da agricultura industrial moderna.



Figura 35: Avião cargueiro decola na paisagem semiárida da pista do aeroporto de Petrolina, levando mangas para abastecer os mercados da Europa. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=v8zvR6hk0Fo>

Apesar da escassez e irregularidade de chuvas se constituírem em fatores que, em princípio, dificultariam a produção agrícola, as tecnologias de irrigação propiciam o suprimento de água no volume desejável<sup>28</sup>. Por outro lado, a pouca incidência de chuvas, aliada aos recursos dessas tecnologias, propiciam bons resultados no cultivo de espécies como a uva, repercutindo em termos quantitativos na produção dessa cultura. De acordo com Teixeira (2010, p. 7):

A irregularidade das chuvas é o mais sério fator limitante do clima para a agricultura de sequeiro e consumo humano nas áreas mais afastadas do rio São Francisco, enquanto que para as culturas irrigadas essa irregularidade é benéfica pois minimiza os problemas de excesso de água na qualidade e produtividade das colheitas e reduz a incidência de doenças nas plantas.

Petrolina ganhou visibilidade também na gastronomia regional, com opções de restaurantes que vão desde o polo gastronômico do Bodódromo, inaugurado no ano 2000, com cardápios que servem não só o churrasco de carneiro, mas também outras

<sup>27</sup> O período chuvoso na região concentra-se entre os meses de novembro a abril, com 90% e 93% dos totais anuais em Bebedouro [Petrolina] e Mandacaru [Juazeiro], respectivamente, sendo que a quadra chuvosa que vai de janeiro a abril contribui com 70% do total anual. (TEIXEIRA, 2010, p. 17).

<sup>28</sup> As tecnologias de convivência com o semiárido também podem ser aplicadas nas pequenas e médias propriedades, a exemplo da construção de cisternas para o armazenamento de água das chuvas, que se configuram em alternativas para as populações que vivem mais afastadas do leito fluvial e mantêm a produção no âmbito da agricultura familiar.

variedades de carnes bovinas, suínas, frango e peixe, além de pratos tradicionais, como a buchada nordestina, linguiça de carneiro e demais iguarias criadas pelos *chefs* locais.

Nas margens do Velho Chico, outro carro-chefe da gastronomia local são os peixes de água doce, como o surubim (*pseudoplatystoma corruscans*) e o cari (*hypostomos affinis*), embora a pesca já não seja mais abundante como em épocas passadas. Fazem fama as moquecas cozidas com o azeite de dendê, bem à moda da culinária baiana, que, aliás, exerce peculiar influência na cozinha do sertão do São Francisco, sendo possível ao visitante de Petrolina atravessar a ponte que une as duas cidades para experimentar o vatapá e o acarajé em território baiano. O intercâmbio verificado também na culinária demonstra o quão expressivo são os níveis de integração econômica e cultural que se processa entre as duas cidades.

A região do Submédio São Francisco tornou-se também produtora de vinhos, em função das características agrometeorológicas e das tecnologias de irrigação que favorecem a vitivinicultura da região. (EMBRAPA SEMIÁRIDO, 2010). Alguns imigrantes procedentes do sul do país investiram na produção de vinhos, em virtude da incidência de sol durante o ano e do acesso às águas do Velho Chico.

O Vale do São Francisco é, segundo os especialistas em viticultura e enologia, a única região do mundo onde ocorrem de duas a duas safras e meia de uva por ano, em função das condições climáticas mais homogêneas e estáveis da região, sem muitas alternâncias de temperaturas e índices de chuvas. A atividade produtiva de vinhos também se articula com o turismo rural, por meio da oferta de passeios turísticos que levam os visitantes a conhecerem as fazendas e os processos de fabricação da bebida nas vinícolas do Vale.

Recentemente, Petrolina tornou-se referência regional também no setor de educação, com a inauguração, em 2002, da Universidade Federal do Vale do São Francisco (Univasf), que possui *campi* nas cidade de Juazeiro, Senhor do Bonfim e Paulo Afonso, na Bahia; São Raimundo Nonato, no Piauí; e Petrolina, em Pernambuco, onde está sediada a reitoria da instituição.

Em 2008, foi criado também o Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano (IF Sertão-PE), a partir da reestruturação dos antigos Centros Federais de Educação Tecnológica (Cefets) em todo o Brasil. O IF Sertão-PE oferece cursos técnicos, tecnológicos e de licenciaturas, em níveis médio e superior. A reitoria da instituição é sediada em Petrolina.

As instituições privadas de ensino superior também chegaram a Petrolina recentemente, a exemplo da Faculdade Maurício de Nassau, que, em 2013, inaugurou sua primeira unidade no sertão de Pernambuco. Essas instituições, e mais as que se localizam no vizinho município de Juazeiro/BA, a exemplo da Universidade do Estado da Bahia (Uneb) e do Instituto Federal da Bahia (IFBA), entre outras, somam-se agora aos centros de ensino superior que já se encontravam presentes em Petrolina desde as décadas de 1960 e 1980, como a Universidade de Pernambuco (UPE) e a Autarquia Educacional do Vale do São Francisco (Facape)<sup>29</sup>.



Figura 36: Presença do catolicismo é marcante em Petrolina, dividindo espaço com imagens que remetem à manifestação cultural das Carrancas e ao agronegócio. Foto do autor: 14/03/2014.

Além do aumento no número de instituições de ensino e pesquisa, aumentou também a presença de órgãos e empresas públicas de fomento à produção agrícola e à infraestrutura regional na cidade, a exemplo da Embrapa e da Codevasf, que se instalaram na região com o intuito de estimular a produção agropecuária e os projetos de irrigação, além da Companhia Hidro Elétrica do São Francisco (Chesf), administradora da Hidrelétrica de Sobradinho, distante 50 quilômetros de Petrolina.

<sup>29</sup> Afinal, no âmbito da convivência entre as populações de Petrolina e Juazeiro, as políticas públicas tendem a se coadunar, de forma a beneficiar ambas as populações de maneira mais ampla e variada. No campo da educação, essa sinergia traduz-se, por exemplo, pela oferta de cursos superiores que ainda não sejam oferecidos na cidade vizinha ou vice-versa, o que amplia as oportunidades para ambas as populações. Essa relação se repete no campo do trabalho, sendo comum encontrar petrolinenses trabalhando em Juazeiro e juazeirenses trabalhando em Petrolina. Juntas, Petrolina e Juazeiro possuem atualmente cerca de 560 mil habitantes, superando populações de capitais brasileiras como Palmas/TO (279 mil hab.), Rio Branco/AC (377 mil hab.), Florianópolis/SC (477 mil hab.) e aproximando-se de outras importantes capitais como Cuiabá (585 mil hab.) e Aracaju/SE (641 mil hab.). A alta densidade demográfica, numa região de vocação produtiva rural, confere características *rurbanas* ao polo Petrolina/Juazeiro. O termo *rurbanização* é próprio das pesquisas acerca das Novas Ruralidades, fenômeno investigado pelo Grupo de Pesquisa Rurbano, instituído em 1997, na Universidade de Campinas (Unicamp). A *Rurbanização* é a caracterização de um fenômeno social que engloba o rural e o urbano no mesmo local, duas realidade antes deslocadas espacial e temporalmente, mas que na contemporaneidade entrelaçam-se no conjunto das relações sociais. (CAMPANHOLA, GRAZIANO DA SILVA, 2004; DEL GROSSI, GRAZIANO DA SILVA, 2002; GRAZIANO DA SILVA, 2004).

Por tudo o que foi exposto até aqui, vê-se que o polo Petrolina-Juazeiro foi palco de inúmeras migrações, recebendo pessoas de outros estados e até estrangeiros que aportaram na região atraídos pelo agronegócio, com o consequente crescimento dos setores de comércio e de serviços.



Figura 37: Marca local. Tradição e modernidade se encontram na orla fluvial de Petrolina, onde as Carrancas, até mesmo feitas em concreto (como a da fotografia acima), convivem com modernas edificações que demonstram uma expansão da construção civil nos últimos anos. *Foto do autor: 12/03/2014.*

Posteriormente, vieram pesquisadores e professores de outras regiões e ocuparam diversos cargos nas instituições de ensino e pesquisa que se instalaram na região, boa parte dos quais em campos específicos do conhecimento, que, em princípio, contavam ainda com poucas pessoas da região qualificadas para assumi-los, o que se verificou também em alguns setores produtivos e administrativos de maior complexidade. Hoje, porém, após a ampliação do número de instituições de ensino e pesquisa, essa realidade já está se modificando e muitos profissionais formados na região já começam a ocupar os diversos setores produtivos.

De acordo com Teixeira (2009 apud TEIXEIRA, 2010, p. 6), "a população [petrolinense] cresceu 23% entre 2000 e 2007, enquanto que a [de Juazeiro] cresceu 19% no mesmo período". Para atender às demandas de uma população crescente, o comércio também precisou se desenvolver. "Os subsetores com maior crescimento entre 2000 e 2010 em Petrolina foram metalurgia, mecânica, serviços de utilidade pública, construção civil e comércio atacadista". (LIMA; GATTO, 2013, p. 130). Atualmente, apesar da influência do agronegócio na economia local, de acordo com as *Contas Regionais do IBGE 2012*, o setor terciário é o que mais produz riqueza no município, correspondendo a cerca de 60% da movimentação da economia.

## PARTE II - Trajetória Metodológica, Fundamentação Teórica e Análise dos Dados

### 5. Trajetória metodológica

Para verificar se a manifestação cultural das Carrancas contribui para o Desenvolvimento Local de Petrolina, como estabelecido nos objetivos deste trabalho, foram feitos, inicialmente, os levantamentos histórico, conceitual, sociocultural e comunicacional que contextualizam o surgimento dessas imagens na região do Vale do São Francisco, onde surgiu a cidade. Afinal, como ensina Rodrigues (2007, p. 126), "os fenômenos histórico-sociais trazem a marca do lugar e da época em que ocorrem".

Esse levantamento foi feito por meio de pesquisas bibliográfica e documental. De acordo com Minayo (2009, p. 19, grifo do autor), "os termos mais importantes de um discurso científico são os *conceitos*. [...] Em seu aspecto cognitivo, o *conceito* é delimitador e focalizador do tema em estudo. Já para Malinowski (1984 apud Minayo, 2009, p. 20):

Todo bom pesquisador prepara bem e muito antes seus instrumentos teóricos para compreender e interpretar a realidade [e] deve sempre relativizar seus cuidadosos marcos teóricos a favor dos achados que a realidade empírica lhe proporcionar.

Uma vez que a manifestação cultural das Carrancas trata-se de um fenômeno *social* que envolve o imaginário, os simbolismos e os significados materiais e imateriais que configuram a identidade cultural das populações ribeirinhas do Vale do São Francisco, esta pesquisa foi balizada pela metodologia qualitativa, tendo em vista que seu foco não foi direcionado à constituição de dados estatísticos. De acordo com Rodrigues (2007, p. 38), a pesquisa qualitativa:

Predominantemente, pondera, sopesa, analisa e interpreta dados relativos à natureza dos fenômenos, sem que os aspectos quantitativos sejam a sua preocupação precípua, a lógica que conduz o fio do seu raciocínio, a linguagem que expressa as suas razões. [...] Sintetizando: qualitativa é a denominação dada à pesquisa que se vale da razão discursiva. Manda a honestidade que se registre a existência de respeitáveis opiniões contrárias.

Os dados relativos à geração de renda decorrente da atividade produtiva das carrancas, quando mencionados, foram expressos e analisados apenas de modo descritivo, com vistas a identificar as relações dos escultores com os mercados das artes e do artesanato.

Destarte, a relação entre a atividade produtiva das Carrancas e o Desenvolvimento Local foi analisada mais em virtude das respostas fornecidas pelos entrevistados, ao abordarem a relação com seus trabalhos, das observações feitas durante as fases exploratória e a coleta de dados, em conformidade com o aporte teórico, e menos em função dos resultados das vendas realizadas pelos artesãos, que, embora sofram variações como quaisquer outros produtos inseridos nos diversos mercados, apresentam um fluxo permanente e resultados significativos para os escultores, como foi possível observar. De acordo com Minayo (2009, p. 21-22):

A pesquisa qualitativa [...] trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes. Esse conjunto de fenômenos humanos é entendido aqui como parte da realidade social, pois o ser humano se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes. O universo da produção humana que pode ser resumido no mundo das relações e da intencionalidade, e é objeto da pesquisa qualitativa, dificilmente pode ser traduzido em números e indicadores quantitativos. [...] A abordagem qualitativa se aprofunda no mundo dos significados. Esse nível de realidade não é visível, precisa ser exposto e interpretado, em primeira instância, pelos próprios pesquisados.

Nesta pesquisa, foram seguidas as três etapas do processo de trabalho científico qualitativo, quais sejam a *fase exploratória*, o *trabalho de campo* e a *análise e tratamento do material empírico e documental*. A primeira etapa visa estabelecer uma aproximação inicial entre o investigador e o objeto e teve início ainda em 2013, quando das primeiras visitas à Oficina do Artesão Mestre Quincas e ao Centro Cultural Ana das Carrancas, em Petrolina/PE, com vistas à produção do artigo intitulado *Carrancas do São Francisco: a dinâmica de um fenômeno Folkcomunicação e Folkmediático*, apresentado no 36º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em Manaus/AM. A *fase exploratória* também subsidiou a constituição do anteprojeto de pesquisa apresentado ao Posmex/UFRPE, no mesmo ano, com vistas à seleção para o mestrado. Para Rodrigues (2007, p. 28) a pesquisa exploratória tem a finalidade de:

Descortinar o tema e reunir informações gerais a respeito do objeto. [...] A pesquisa exploratória destina-se a esclarecer do que se trata, a reconhecer a natureza do fenômeno, a situá-lo no tempo e no espaço, a inventariar suas manifestações variadas, seus elementos constitutivos ou as contiguidades presentes à sua manifestação. É uma operação de reconhecimento, uma sondagem destinada a aproximação em face do desconhecido, próprio das iniciativas pioneiras, quando não se tem fontes secundárias profundas, nem experiência com o objeto de estudo.

Minayo (op. cit., p. 26) adverte que toda pesquisa possui uma fase exploratória, a qual consiste:

Na produção do projeto de pesquisa e de todos os procedimentos necessários para preparar a entrada em campo. É o tempo dedicado [...] a definir e delimitar o objeto, a desenvolvê-lo teórica e metodologicamente, a colocar hipóteses ou alguns pressupostos para seu encaminhamento, a escolher e descrever os instrumentos de operacionalização do trabalho, a pensar o cronograma de ação e a fazer os procedimentos exploratórios para escolha do espaço e da amostra qualitativa.

Já para Vasconcelos (2007, p.158), a pesquisa exploratória constitui:

Uma pesquisa temática, porém com foco mais amplo e aberto para a investigação de fenômenos e processos complexos e principalmente pouco conhecidos e/ou pouco sistematizados, ou passíveis de várias perspectivas de interpretação, sejam eles teóricos, culturais, sociais, técnicos, históricos, etc. [...] Exige prazos mais alongados e uma autonomia relativa maior do investigador para *viajar* nas pistas que a realidade e suas fontes bibliográficas e teóricas vão apresentando. [...] Os estudos exploratórios têm um forte caráter descritivo, mas sua escolha e sua realização não são completamente desinteressadas; há sempre interesses ligados ao desvelamento de uma determinada realidade empírica desconhecida ou no debate teórico implicado na interpretação da realidade em foco, e isto deve ser explicitado pelo investigador.

A fundamentação teórica foi dividida em duas partes. A primeira apresenta uma contextualização histórica do objeto, sua relação com o cotidiano, o imaginário, os mitos e o simbolismo criado em torno das imagens das Carrancas pelas populações ribeirinhas do São Francisco, além de sua concepção estética e seu delineamento no âmbito das artes e do artesanato.

Na segunda parte, a fundamentação teórica abordou a cultura popular e seus processos de refuncionalização, resignificação e reconversão no âmbito da manifestação

cultural das Carrancas; a Folkcomunicação; o Folkmarketing e o Desenvolvimento Local. Além da bibliografia, foram utilizadas outras fontes secundárias como dissertações, artigos científicos, vídeos, sites da internet, catálogos de exposições e feiras de arte e artesanato, arquivos de imagens, jornais e revistas.

Quanto à delimitação epistemológica do tema e a contextualização do objeto, esta pesquisa foi balizada pela teoria da Folkcomunicação e aprofundado pela vertente do Folkmarketing, identificando as estratégias folkcomunicacionais imbricadas à manifestação cultural das Carrancas no âmbito do Desenvolvimento Local.

Diante de uma manifestação da cultura popular que sofreu modificações em seu decurso espaço-temporal, apontando para uma dinâmica constituída por trocas entre as culturas tradicional e moderna; popular, massiva e erudita, em um processo de transições e confluências, que envolve refuncionalizações, resignificações e reconversões culturais, foi feita nesta pesquisa uma incursão multidisciplinar e transdisciplinar, com o intuito de possibilitar uma visão holística dos fenômenos culturais na contemporaneidade.

Após a observação *in loco* da produção e venda das esculturas e de outras formas de exposição das imagens em Petrolina e região, a exemplo das produções literárias e acadêmicas que dialogam com o tema, da história oral, dos documentários e músicas, de ações de marketing mercadológico e institucional, num contexto de profusão das imagens das Carrancas na cidade e no Vale do São Francisco, ou seja, após a investigação das origens e a contextualização do tema na contemporaneidade, foi realizado o trabalho subsequente de campo. Para Minayo (Ibid., p. 62):

Embora haja muitas formas e técnicas de realizar o trabalho de campo, dois são os instrumentos principais desse tipo de trabalho: a observação e a entrevista. Enquanto a primeira é feita sobre tudo aquilo que não é dito mas pode ser visto e captado por um observador atento e persistente, a segunda tem como matéria-prima a fala de alguns interlocutores.

A manifestação cultural das Carrancas se expressa no cotidiano das populações do Vale do São Francisco, como expressão da identidade cultural dessa região. Uma vez que a cultura das Carrancas se manifesta com intensidades distintas em diversas cidades da Bacia Hidrográfica do São Francisco, esta pesquisa se caracteriza como um estudo de caso, que de acordo com Rodrigues (2007, p. 131):



Constitui-se em um dos caminhos de pesquisa - não apenas de coleta de informações - na qual o que se estuda é um objeto singular, pelo que não se cogita em generalização. O conhecimento que se busca no estudo de caso é do tipo único. Nesta modalidade de estudo, o que se busca é a riqueza de detalhes, é a compreensão de um conjunto único de fatores.

Durante o trabalho de campo em Petrolina, os instrumentos de pesquisa utilizados foram as entrevistas abertas, as entrevistas semiestruturadas e as fotografias. Essa coleta foi realizada nos anos de 2014, 2015 e 2016, com idas frequentes à cidade e uma convivência direta com os escultores das Carrancas, com a população e com sua cultura.



Figura 38: Criança acompanhada de visitantes observa o escultor Vanilson Gago trabalhando na Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina, um dos locais onde se desenvolveu a etapa empírica desta pesquisa. *Foto do autor:* 21/03/2014.

Minayo (op. cit., p. 64) explica que a entrevista semiestruturada "combina perguntas fechadas e abertas, em que o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema em questão sem se prender à indagação formulada". Já nas entrevistas abertas "o informante é convidado a falar livremente sobre um tema e as perguntas do investigador, quando são feitas, buscam dar mais profundidade às reflexões". (Ibid.).

Como critério de delimitação dos sujeitos da pesquisa, foram considerados, dentre as escultoras e os escultores, aqueles que fazem parte da Associação dos Artífices de Petrolina (Assape), que são basicamente os que trabalham e comercializam suas peças na oficina do Artesão Mestre Quincas e no Centro Cultural Ana das Carrancas. No total, 20 artistas populares associados à Oficina do Artesão Mestre Quincas foram entrevistados, mais a artista Maria da Cruz, do Centro Cultural Ana das Carrancas, que também é associada à Assape.

Somaram-se aos artesãos, os representantes de seis corporações da cidade que fazem uso das imagens das Carrancas em seus empreendimentos como estratégia de

Folkmarketing; além da servidora pública da Secretaria de Cultura do município, destacada para a Oficina do Artesão Mestre Quincas para prestar atendimento ao público e administrar a loja da Oficina.

Também foi entrevistado o coordenador da Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte), Thiago Ângelus. Esses sujeitos foram suficientes para subsidiar a análise dos dados relativos à geração de renda e capital social, autonomia e estabilidade produtiva dos artesãos, pertinência do uso da imagem e demais análises do ponto de vista da Folkcomunicação e do Desenvolvimento Local.



Figura 39: Restaurante Carranca Gulosa, às margens do São Francisco, também compôs o *locus* da pesquisa, empreendimento é um dos que recorrem às imagens das Carrancas como estratégia de Folkmarketing. *Foto do autor: 26/01/2014.*

Durante os dias 2 e 12 de julho de 2015, uma série de entrevistas semiestruturadas, munidas de fotografias, foi realizada com os escultores da Oficina do Artesão Mestre Quincas e do Centro Cultural Ana das Carrancas, durante a participação desses artistas na Fenearte, que se consolidou como a principal feira do setor de artesanato no país e é realizada anualmente no Centro de Convenções de Olinda/PE, sendo promovida há 17 anos pelo governo do estado.

O diálogo prévio com os escultores, antes da participação deles na Fenearte 2015, ainda em seus locais de produção, quando das visitas à Oficina do Artesão Mestre Quincas e ao Centro Cultural Ana das Carrancas, contribuiu para a realização das entrevistas também durante a Fenearte. A convivência com os artistas ocorreu sem atropelos e com total receptividade para as entrevistas. Afinal, após alguns anos de contato com o grupo pesquisado, é natural que a confiança no pesquisador torne-se mais consolidada.

Nessa etapa do trabalho de campo, no qual houve uma suplementação dos dados coletados com a manutenção da delimitação dos sujeitos, foi possível observar a relação

entre os artistas populares e os consumidores das obras, que formam um público eclético de admiradores das artes e do artesanato, de modo que essa coleta permitiu o aprofundamento das observações acerca dos indicativos de Desenvolvimento Local relativos à atividade produtiva dos escultores em Petrolina.

Não obstante a coleta de dados realizada durante as inúmeras visitas à Oficina do Artesão Mestre Quincas e ao Centro Cultural Ana das Carrancas ter balizado a etapa empírica desta pesquisa, as informações suplementares colhidas durante a Fenearte auxiliaram na compreensão da dinâmica da manifestação e suas imbricações com os demais setores da produção cultural em Pernambuco e no Brasil.



Figura 40: Público eclético, de aproximado de 300 mil pessoas (de acordo com a organização do evento), circulou na Fenearte 2015, em estandes como o do mestre Bitinho, que vendeu quase todas as Carrancas que trouxe. *Foto do Autor: 09/07/2015.*

O trabalho de campo permite ao investigador examinar a pertinência de suas inferências, se elas são constatáveis ou não, e, se o são, se no todo ou em parte, e ainda, em que circunstâncias e condições, baseado na contextualização temática, na conceituação prévia do objeto, em sua observação *in loco* no ambiente em que repercute, em consonância com a fundamentação teórica que baliza a investigação. Minayo (op. cit., p. 26) afirma que o trabalho de campo consiste em:

Levar para a prática empírica a construção teórica elaborada na primeira etapa. Essa fase combina instrumentos de observação, entrevistas ou outras modalidades de comunicação e interlocução com os pesquisados, levantamento de material documental e outros. Ela realiza um momento relacional e prático de fundamental importância exploratória, de confirmação e refutação de hipóteses e de construção de teoria.

Ainda de acordo com Minayo (2006 apud Minayo, 2009, p. 62, grifo nosso), a definição de *campo* na pesquisa qualitativa refere-se ao "recorte espacial que diz respeito à *abrangência*, em termos empíricos, do recorte teórico correspondente ao objeto de investigação". Com base nessa afirmação, não obstante o *locus* da pesquisa ter sido delimitado à cidade de Petrolina, a manifestação cultural das Carrancas possui uma abrangência regional, que é anterior à própria fundação da cidade, o que tornou pertinente a contextualização do objeto em âmbito regional. Ademais, foi relatado pelos artesãos, durante a etapa exploratória, a ocorrência de intercâmbios com os mercados do artesanato e das artes em âmbitos regional e nacional.

Sendo assim, alguns dados suplementares foram acrescentados a esta pesquisa no sentido de ampliar as informações que corroboram a abrangência da manifestação cultural das Carrancas em termos regionais, além de sua repercussão nacional, de modo que eventualmente foram feitas alusões a entrevistas e fotografias realizadas fora da cidade de Petrolina, no sentido de registrar a ocorrência das imagens em outras cidades do Vale do São Francisco e do Brasil, o que possibilitou observar a distribuição das esculturas a partir do polo Petrolina/Juazeiro.

Destarte, além da vizinha cidade de Juazeiro/BA, foram feitos registros adicionais em cidades do Baixo São Francisco e do Médio São Francisco e em centros urbanos como Rio de Janeiro e Recife, onde foram encontradas esculturas ou imagens reconvertidas das Carrancas. Esse levantamento suplementar avançou apenas até a etapa exploratória, de modo que as entrevistas realizadas especificamente nessas cidades, quando feitas, foram em formato aberto.

Os registros fotográficos sucederam-se durante os três anos de pesquisa e compõem um arquivo de imagens dos artesãos durante o trabalho ou em contato com admiradores da arte e com os compradores das esculturas, além de fotografias das Carrancas em seus diversos usos, tanto em Petrolina como em outras regiões do Brasil, às quais somaram-se imagens de fontes secundárias, como fotos de arquivo<sup>30</sup>, *folders* e ilustrações impressas e reproduzidas da internet.

Em Petrolina, foram trabalhados três roteiros de entrevistas semiestruturadas. O primeiro foi direcionado aos artesãos e teve por objetivo traçar seus perfis sociais e suas

---

<sup>30</sup> Registre-se aqui, a esse respeito, um agradecimento especial à professora Elisabet Gonçalves Moreira, autora do livro *As Carrancas do Sertão*, pela gentileza de ceder seu arquivo de imagens e informações sobre as Carrancas, valioso material proveniente de anos de pesquisa da autora sobre o tema, de modo que, além da óbvia consulta às suas obras como referências bibliográficas desta pesquisa, acrescente-se sua contribuição também quanto ao fornecimento de dados iconográficos relativos à imagem.

atuações profissionais, bem como obter informações sobre a atividade produtiva das Carrancas na cidade. As entrevistas com esses escultores foram divididas em três blocos, sendo o primeiro para a identificação, o segundo sobre a atividade produtiva e o terceiro sobre geração de renda, relação com o trabalho e repercussão das obras.

O segundo roteiro de entrevistas foi destinado ao meio empresarial e institucional, sendo o primeiro bloco voltado para a identificação do entrevistado e de seu negócio, o segundo abordando a visão dos empreendedores acerca da manifestação cultural das Carrancas e o terceiro sobre o histórico e a repercussão do uso das imagens e/ou do nome das Carrancas em seus negócios, além de abordar o potencial dessas imagens como ferramenta de Folkmarketing.



Figura 41: Visitantes na Alameda dos Mestres da Fenearte posam para fotos ao lado de *Carranca Vampiro* de 1,70 metros, de autoria do mestre Bitinho, de Petrolina (de boné). Registro do evento, que acontece anualmente em Olinda/PE, contribuiu para a análise do Desenvolvimento Local no âmbito esta pesquisa. Foto do autor: 09/07/2015.

Já o terceiro e último roteiro de entrevistas foi direcionado à servidora da Secretaria de Cultura de Petrolina que atua na loja da Oficina do Artesão Mestre Quincas. Essa última destinou-se a conhecer a organização e a manutenção da Oficina, o quantitativo e a demanda por escultores, a produção de Carrancas, a frequência e o perfil dos visitantes, bem como a movimentação das vendas, dados pertinentes à perspectiva do Folkmarketing e do Desenvolvimento Local. Por fim, foram feitas ainda diversas entrevistas abertas com o coordenador geral da Fenearte, Tiago Ângelus.

## **6. Das figuras de proa às Carrancas do São Francisco: refuncionalização, resignificação e reconversão**

Na passagem do século XIX para o século XX, algumas mudanças começaram a

se processar no transporte fluvial do Médio e do Submédio São Francisco, principalmente em relação às chamadas *barcas de figura*. Se por um lado, o surgimento de duas ferrovias - uma ligando Juazeiro à capital baiana e outra de Pirapora/MG ao estado de São Paulo - oxigenaram ainda mais o comércio na Bacia do São Francisco, criando uma articulação hidro-rodo-ferroviária dinâmica entre os polos Petrolina/Juazeiro e Pirapora/Januária, fato que ampliou a diversificação dos produtos comercializados nas cidades ribeirinhas; por outro lado, surgiram, no mesmo período, os grandes barcos a vapor que passaram a concorrer com as barcas feitas de madeira.

Esses dois modelos de embarcação ainda coexistiram durante aproximadamente meio século, cruzando-se nas águas do Velho Chico, ambas fomentando o transporte e o comércio na região, não obstante um certo preconceito que se estabeleceu entre os passageiros dos *modernos* vapores e os remeiros e viajantes das *barcas de figura*, em virtude da condição socioeconômica mais abastada dos primeiros em relação aos trabalhadores das barcas, o que gerava eventuais discórdias, que ali mesmo, no ambiente fluvial, eram extravasadas por meio de palavrões e xingamentos lançadas pelos remeiros, em resposta as pilhérias emitidas pelas elites, que viajavam nos gaiolas<sup>31</sup>. No entanto, em termos gerais, essas rusgas não desencadeavam maiores desentendimentos entre as partes, permanecendo no campo das provocações. (NEVES, 1998).

Já na década de 1940 entraram em vigor as novas leis trabalhistas da Era Vargas, principalmente a Consolidação das Leis do Trabalho. A nova legislação regulamentou horários e remunerações dos trabalhadores das barcas e surgiu concomitante à criação da Justiça do Trabalho, que dentre outras providências, passou a coibir as jornadas extenuantes dos remeiros, o que tornou mais onerosa a contratação desses trabalhadores pelos barqueiros, principalmente das grandes barcas, que necessitavam em média de até 12, 14, 16 ou mais trabalhadores, e mais o mestre do leme, para fazer mover as pesadas barcas no leito do São Francisco. (PARDAL, 1974, 2006); (NEVES, 1998).

O tarefa realizada por esses trabalhadores era extenuante e insalubre e o remeiro só era considerado um profissional experiente após brotar em seu peitoral uma ferida, bem no local onde era apoiado o varão, que chegava a medir de 7 a 9 metros de comprimento e era usado para pressionar o fundo do rio, fazendo mover as barcas a

---

<sup>31</sup> No âmbito da navegação, Houaiss (2009, p. 945-946), define gaiola como "embarcação fluvial a vapor, de pouca borda e superestrutura alta, com varandas".

montante.

Alguns neófitos na condução das emblemáticas *barcas de figura* do São Francisco desistiam logo nas primeiras viagens, ao verem escorrer o sangue do peito, cujo ferimento era curado mediante a aplicação sobre o local de uma porção de toucinho (bacon) derretido no fogo, uma espécie de antídoto criado pelos próprios remeiros, que formava uma cicatriz no local, e, posteriormente, um calo, chamado de *medalha* pelos povos ribeirinhos. (Ibid.).



Figura 42: Ainda no final do século XIX, as *barcas de figura* começaram a sofrer a concorrência dos barcos a vapor. Na foto acima, vê-se à esquerda (ao fundo) o vapor Barão de Cotegipe fazendo frente à barca Minas Gerais, uma das maiores que navegaram o Velho Chico. Fonte: *A Viagem das Carrancas* (MAMMI, 2015, p. 145). Acervo Instituto Moreira Sales/RJ.

Em geral, os trabalhadores das barcas eram da zona rural, trabalhavam na pecuária e na agricultura de vazante, ocupando-se da lavoura sazonalmente, o que lhes permitia realizar as viagens em determinados períodos do ano. Dado que as oportunidades para os jovens da zona rural eram limitadas até meados do século XX, e por terem eles as características de força e disposição física necessárias, eram então os mais recrutados. (NEVES, 1998).

Nos intervalos para descanso, no início da noite, os remeiros colocavam as esteiras nas margens ou nas ilhas do São Francisco e dormiam ali mesmo. Além do feijão com toucinho, preparado durante a noite no fogo a lenha, havia outro alimento primordial para os remeiros. Chamava-se *jacuba*, um preparo feito com rapadura, farinha e água que lhes fornecia energia para a execução do trabalho exaustivo iniciado sempre na madrugada.

A imposição de regras a um trabalho cuja rotina precisaria ser totalmente

modificada inviabilizou sua continuidade. Também corroborou para o fim das *barcas de figura* o surgimento das chamadas barcas sergipanas, que apresentavam uma nova tecnologia de uso de velas transversais, dentre outros avanços tecnológicos, o que lhes permitia melhor aproveitamento dos ventos e, portanto, requeriam uma quantidade menor de trabalhadores. Como explica Pardal (1974, p. 50-51):

A *sergipana* foi introduzida por Manuel Vieira da Rocha, "que tinha indústrias de beneficiamento de algodão e de arroz em Propriá, cidade sergipana às margens do Baixo São Francisco". [...] Diz Cícero Simões dos Reis, genro de Rocha, que este se recusou a utilizar uma carranca na proa de sua sergipana, desprezando os conselhos supersticiosos dos que vaticinavam que sua canoa poderia afundar na primeira curva do rio. A *sergipana* desceu de Santa Maria a Juazeiro em três ou quatro dias, e ali foi batizada em 5/1/1945. Era rasa de fundo liso e com bolina, para poder bordejar, usando sempre dois traquetes, que permitiam velejar com qualquer vento. Embora tivessem as canoas, em média, metade da capacidade de carga das barcas, pois tinham menor boca, faziam o mesmo percurso em  $\frac{1}{4}$  do tempo, devido à popa e proa afiladas e sua leveza, pois o medeirame tinha cerca de metade da espessura em relação ao das pesadas barcas.

Como os vapores já atendiam ao transporte das grandes cargas e como já havia uma experiência desenvolvida em relação às sergipanas, que navegavam desde as corredeiras de Paulo Afonso (BA) até o oceano, essas últimas terminaram por assumir transporte das pequenas cargas também nos trechos Submédio e Médio do São Francisco, além do transporte de produtos como o sal da terra, que não podia ser transportado pelos vapores, pois corroía suas estruturas de ferro. Posteriormente, o sal da terra também diminuiu sua importância no mercado, devido ao escoamento do sal marinho do litoral nordestino (Rio Grande do Norte e Ceará), que passou a ser feito pela malha rodoviária, recém expandida no país.

Por fim, a chegada dos barcos a motor, abastecidos a diesel ou gasolina, tornaram obsoletas as antigas embarcações, que desapareceram por volta da metade do século XX. De acordo com Neves (1998), as últimas *figuras de proa* a singrarem as águas do São Francisco foram vistas por volta de 1956.

Com o fim das *barcas de figura*, as esculturas de proa zooantropomorfas do São Francisco passaram a ser esculpidas prioritariamente com a função artística, período em que, de acordo com Pardal (1974) e Valladares (1981), aumentou o interesse dos colecionadores e *marchands* pelas Carrancas, o que conferiu às esculturas uma insígnia



de obra de arte, de modo que os processos de refuncionalização, resignificação e reconversão das Carrancas tiveram início quando lhes foi atribuído o reconhecimento pelo valor artístico.

Paralelamente ao reconhecimento das antigas *figuras de barca* no âmbito da arte erudita, os primeiros intercâmbios entre a manifestação cultural das Carrancas e a cultura massiva ocorreram ainda no final da década de 1940, quando as fotografias das Carrancas do São Francisco feitas pelo fotógrafo franco-brasileiro Marcel Gautherot ilustraram reportagens das revista *Cruzeiro* (1947), *Sombra* (1951) e *Módulo* (1951) e o livro *Brésil* (1950). A expedição de Gautherot ao Velho Chico foi feita na companhia de outro franco-brasileiro, o também fotógrafo, etnólogo e pesquisador Pierre Verger.



Figura 43: Fotografia Marcel Gautherot captado pelas lentes de Pierre Verger na década de 1940, quando as figuras de barca ainda singravam as águas do Velho Chico. Fonte: <http://www.ims.com.br/ims/explore/artista/marcel-gautherot>.

Mas foi uma exposição realizada em 1954, por ocasião das comemorações do 4º Centenário da Cidade de São Paulo, no Parque do Ibirapuera, que praticamente celebrou o casamento entre o popular e o erudito no âmbito da manifestação cultural das Carrancas, no cenário das artes visuais brasileiras. Após essa exposição, algumas das esculturas foram incorporadas ao acervo do Museu de Artes e Tradições Populares, hoje Museu Rossini Tavares, localizado na Casa Sertanista do Museu da Cidade de São Paulo.

Com esse duplo reconhecimento as Carrancas tornaram-se revalorizadas pelas populações ribeirinhas, mas não antes de terem sido escanteadas em decorrência do abandono de sua antiga função, juntamente com as antigas *barcas de figura*, período em que, de acordo com Pardal (1974), várias figuras de proa foram abandonadas na beira do rio ou queimadas em fogueiras, para só depois, em virtude da fama adquirida no campo das artes e da repercussão das esculturas nos meios massivos de comunicação, conquistarem espaço em residências, estabelecimentos comerciais e demais instituições públicas e privadas, com fins decorativos e ornamentais.

Atualmente, ainda é possível ver as atuais carrancas em algumas poucas embarcações que navegam no São Francisco. Porém, seu uso foi resignificado e as esculturas de hoje apenas lembram vagamente as *figuras de barca* de outrora, tanto em tamanho, quanto em apuro estético. Muitas das atuais Carrancas seguem um formato mais padronizado, geralmente representado pelo estilo da *Carranca Vampiro*, uma versão já reconvertida e bem adaptada aos requisitos do mercado do artesanato, tendo em vista a facilidade de sua reprodução em série.



Figura 44: Fotografia, etnólogo e pesquisador Pierre Verger, fotografado por Marcel Gautherot, na década de 1940, durante expedição ao São Francisco que rendeu matérias sobre as Carrancas em revistas de grande circulação no Brasil e na França. Fonte: <http://www.pierreverger.org/br/>.

Por outro lado, mesmo após sua refuncionalização, continuou a existir em Petrolina e na região a produção de Carrancas inspiradas nas *figuras de barca* originais, que fogem ao padrão repetitivo do estilo *Vampiro*, por serem procuradas por admiradores e consumidores da arte que preferem as réplicas do estilo Guarany, ou os modelos criados pelos novos artistas que revigoram a arte com estilos diversificados.

Aos escultores, nesses casos, é franqueada uma maior liberdade de criação. Por conseguinte, maiores oportunidades de inserção dos seus trabalhos entre os colecionadores, sendo essas Carrancas mais elaboradas, portanto, comercializadas por valores mais justos, em virtude de um maior rigor técnico, apuro e dedicação impressos pelo artista na concepção da escultura.

A primeira refuncionalização das imagens das Carrancas se deu quando as esculturas deixaram de ser produzidas como figuras de proa e passaram a ser concebidas como objetos de arte. Ao deixarem as águas do São Francisco, as imagens das Carrancas conquistaram espaço nas galerias e salões de arte, nos acervos de colecionadores e em museus, fundações e centros culturais do Brasil e do exterior, a exemplo do acervo do *Comité International pour l'Étude des Figures de Proue*, em Paris, como registra Pardal (1974, 2006). Assim, ao tornarem-se objetos de arte para

contemplação e fruição no âmbito da cultura erudita, as imagens foram, consequentemente, resignificadas.

Do diálogo entre a cultura popular das Carrancas e as culturas erudita e massiva brotaram processos de refuncionalização, resignificação e reconversão das imagens das Carrancas. No âmbito da relação com a arte erudita, houve inicialmente a refuncionalização e a resignificação das imagens, já que as Carrancas deixaram a função de figuras de proa, ficando também para trás, como registro histórico-cultural, o significado mítico de proteção das embarcações e dos seus tripulantes, ou mesmo de prestígio para os donos das barcas, ou ainda de publicidade do comércio ambulante/fluvial, quando as esculturas zooatropomorfas do São Francisco passaram a ocupar eminentemente a função artística, com seu respectivo significado estético contemplativo.

Já nos ambientes domiciliares e nos espaços públicos e privados, a adoção das antigas *figuras de proa* serviu à ornamentação e à decoração em residências e demais estabelecimentos. Entrementes, o significado das imagens teve seu sentido mítico ampliado, de modo que seus poderes apotropaicos<sup>32</sup> foram estendidos também aos ambientes urbanos e as Carrancas passaram a proteger seus detentores contra os males urbanos, como explica o escultor Bitinho, ao atestar a eficácia desses poderes: "Ela é contra o meu olhado. Ela atrai o que é ruim pra ela. Se houver qualquer coisa ruim na sua casa, ela se parte ao meio ou dá três gemidos".

Não obstante um ou outro exagero identificado no discurso de Bitinho para o uso das imagens em sentido apotropaico, o escultor, assim como os demais carranqueiros de Petrolina e do Vale do São Francisco, segue sua trajetória propondo resignificações, refuncionalizações e reconversões, amplificando ou simplesmente levando adiante os mitos e as lendas do São Francisco, em um contexto cultural no qual se encontra inserida a arte das Carrancas.

A resignificação descrita acima no âmbito dos espaços domiciliares, guardados os exageros, é especialmente observada quando alguns compradores das peças admitem usá-las tendo em mente esse poder apotropaico ou místico. Uma finalidade, por assim dizer, protetora contra os azares e os infortúnios trazidos de um cotidiano distante, que é

---

<sup>32</sup> Houaiss (2009, p. 164) define apotropaico como: "referente a apotropismo, que tem poder de afastar (influência maléfica, desgraça, etc.); [...] (orações) que os antigos invocavam para afastar malefícios e desgraças (diz-se de deuses). Por metonímia, imolado em oferecimento a tais deuses (diz-se de animais)". O termo apotropaico foi usado por Valladares (1981) para se referir à relação simbólico-imaginária que se estabeleceu entre os navegadores, o São Francisco e as Carrancas.

exortado pelos ribeirinhos, algo que se traduziu também em crenças a serem divulgadas aos turistas e visitantes como forma de atrair a curiosidade, o misticismo, e, por fim, o consumo das esculturas por parte desses clientes em potencial. A esse respeito, afirma Silva Junior (2013):

Do ponto de vista mítico, as carrancas passaram a [...] proteger as portas das casas contra espíritos e pessoas *carregadas* de más energias, denotando que a transformação das carrancas em amuletos do cotidiano é fruto do diálogo que a população ainda mantém com as expressões do universo simbólico são franciscano.

Para Moreira (2016, p. 8), o contexto no qual o modelo padronizado conquistou os mercados tem uma explicação nas motivações da sociedade de consumo. A autora sentencia que:

Há o consumidor elitista, que encomenda para um artesão de maior qualidade uma réplica das carrancas originais, até o receptor comum que procura uma "lembrancinha" de sua viagem e que não lhe pese muito nem no bolso nem na bolsa. [...]. A qualidade parece lhe importar muito pouco. O referencial é outro e aquisição deste "bem turístico", exótico ou curioso, lhe faz bem. O significado da aquisição deste objeto de consumo tem diversas conotações, bem mais complexas. Ele não se restringe a esta motivação desencadeadora, mas também a outros componentes que lhes são passados e interiorizados.

Já o escultor Roque Santeiro, da Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina, aborda a questão de maneira empírica, ratificando os poderes das Carrancas, ao alegar que:

Quanto mais ela é espantosa, feia, endemoniada, com o dentão [...] então justamente [é] pra desviar a concentração da pessoa [malfazeja], pra [ela] fixar o olhar e descarregar suas energias negativas na Carranca, descarregar justamente a energia negativa, [...] o olho gordo, como diz a estória, pra espantar os maus espíritos. (entrevista concedida em 14/09/2013).

Os maus agouros eventualmente presentes no imaginário das populações ribeirinhas foram trazidos do ambiente fluvial para o terrestre, enquanto que o simbolismo das Carrancas foi mantido, de modo que as imagens continuaram a ser utilizadas para conjurar os azares do cotidiano. Porém, o contexto e as causas que outrora originaram as agruras dos antigos navegadores foram modificados e transpostos

também para as casas, para o comércio e demais espaços urbanos, na dinâmica da cultura popular das Carrancas.

Como visto, ainda na década de 1950 o mestre Guarany recebeu as primeiras encomendas de suas esculturas não mais como *figuras de barca*, mas para fins de contemplação e fruição, o que demonstra a refuncionalização do objeto outrora usado no contexto de navegação do São Francisco, transformado então em obra para exposição artística. A esse respeito, Tauk Santos (2001, p. 258, grifo nosso) afirma que:

Da relação desnivelada que se estabelece entre as culturas populares e a cultura hegemônica resultam duas características centrais das culturas populares que são a ambiguidade política e a capacidade de *refuncionalizar as propostas do hegemônico como forma de resistir ou simplesmente adaptar os usos dessas propostas as suas necessidades cotidianas*.

Nesse sentido, algumas adaptações promovidas pelo mestre Biquiba Guarany surgiram para atender especificidades de um novo público que passou a se interessar por suas obras. Sobre essas modificações, realizadas a partir de 1950, Pardal (2006, p. 214) esclarece que "os olhos ficaram menores, pois já não tinham a [necessidade] de espantar os duendes, os dentes tornaram-se mais numerosos e destacados, já como consequência do virtuosismo decorrente de sua consciência de artista", o que, ainda segundo o autor, "não lhes tirou, contudo, a expressividade e a originalidade".



Figura 45: *Figura de proa* da barca Ubirajara, de autoria de Guarany, às margens do São Francisco, em fotografia de Marcel Gautherot, de 1946. Cf. Figura 62. Fonte: *A Viagem das Carrancas* (MAMMĪ, 2015, p. 93).

Outra mudança promovida pelo artista foi a diminuição, e, posteriormente a supressão do entalhe que era feito na base das esculturas para a fixação nas proas das

barcas de figura, pois com o fim dessas embarcações, o entalhe perdeu a função, sendo mantido apenas por um tempo nas Carrancas do mestre Guarany como forma de chamar atenção para as origens das esculturas.

Essas alterações decorreram da refuncionalização conferida às imagens, quando o artista deixou de criar as *figuras de barca* e passou a esculpir as Carrancas, com finalidades artísticas e expositivas, a partir de estratégias adaptativas que possibilitaram a continuidade da produção das esculturas em madeira na região. De acordo com García Canclini (2012, p. 192):

Toda cultura es resultado de una selección y una combinación, siempre renovada, de sus fuentes. Dicho de otro modo: es producto de una puesta en escena, en la que se elige y se adapta lo que se va a apresentar, de acuerdo con lo que los receptores pueden escuchar, ver y comprender.

Ao deixarem de emproar as *barcas de figura*, conquistando a chancela de obras de arte, as *figuras de proa* do São Francisco foram refuncionalizadas, resignificadas e reconvertidas, tornando-se Carrancas. Mas o artista popular não acolhe acriticamente o interesse dos intelectuais ou dos porta-vozes da arte erudita. Ele estabelece um processo de negociação por meio de convergências e ambivalências na relação com as culturas erudita e massiva, a partir do propósito deliberado de criar uma obra para fins exclusivamente contemplativos.



Figura 46: Mesma escultura da Figura 61, de autoria de Guarany, aqui fotografada 70 anos depois, por ocasião da exposição *A Viagem das Carrancas*, em 2015 e 2016, respectivamente em São Paulo e no Rio de Janeiro. O confronto entre as duas fotografias expõe os processos de refuncionalização e resignificação da imagem, usada em contextos distintos. Fonte: *A Viagem das Carrancas* (MAMMÍ, 2015, p. 92). Coleção: Cristina e Roberto Alban. Salvador/BA.

Assim, esses artistas introduziram modificações nas esculturas, de modo que seus processos criativos imergem em refuncionalizações, resignificações e reconversões. Panofsky (2012, p. 32, grifo do autor) sublinha algumas dúvidas e ambivalências que permeiam as intenções dos artistas:

A esfera em que o campo dos objetos práticos termina e o da arte começa, depende da intenção de seus criadores. Essa *intenção* não pode ser absolutamente determinada. Em primeiro lugar, é impossível definir as intenções, *per se*, com precisão científica. Em segundo, as *intenções* daqueles que produzem os objetos são condicionadas pelos padrões da época e meio ambiente em que vivem.

Sobre os processos de hibridação cultural, que resulta das relações entre as culturas popular, erudita e massiva, envolvendo seus agentes produtivos em convergências e ambivalências e interceptando a formação e a modificação das identidades culturais, García Canclini (2012, p. 17) afirma:

El énfasis en la hibridación no solo clausula la pretensión de establecer identidades "puras" o "auténticas". Además, pone en evidencia el riesgo de delimitar identidades locales autocontenidas, o que intenten afirmarse como radicalmente opuestas a la sociedad o a la globalización.

Assim, com base nas ideias de García Canclini (2012) e Tauk Santos (2001), entende-se a *refuncionalização* como o processo de transformação da finalidade original de um objeto ou atividade cultural, motivado por necessidades e interesses materiais e/ou simbólicos de seus criadores. Já a *resignificação* é a reinterpretação simbólica do objeto ou da atividade cultural, cujo significado original é alterado na perspectiva do imaginário coletivo.

Por último, a *reconversão* é a adaptação sustentada pelos produtores dos bens culturais, ou por aqueles que os reproduzem, no sentido de ampliarem o fluxo das obras entre as culturas popular, erudita e massiva, no ambiente contemporâneo de transversalidade entre o tradicional e o moderno. Essa visão é endossada por Kraniauskas (1998 apud Caclini, 2012, p. 19) que afirma: "el concepto de reconversión indica la utilización productiva de recursos anteriores en nuevos contextos". Ainda a esse respeito, García Canclini (op. cit., p. 16-17) afirma:

Se utiliza este término para explicar las estrategias mediante las cuales un pintor se convierte en diseñador, o las burguesías nacionales adquieren los idiomas y otras competencias necesarias para reinvertir sus capitales económicos y simbólicos en circuitos transnacionales (Bourdieu). También se encuentran estrategias de reconversión económica y simbólica en sectores populares: los migrantes campesinos que adaptan sus saberes para trabajar y consumir en la ciudad, o vinculan sus artesanías con usos modernos para interesar a compradores urbanos; los obreros que reformulan su cultura laboral ante las nuevas tecnologías productivas; los movimientos indígenas que reinsertan sus demandas en la política transnacional o en un discurso ecológico, y aprenden a comunicarlas por radio, televisión e internet. Por tales razones, sostengo que el objeto no es la hibridez, sino los procesos de hibridación. El análisis empírico de estos procesos, articulados a estrategias de reconversión, muestra que la hibridación interesa tanto a los sectores hegemónicos como a los populares que quieren apropiarse los beneficios de la modernidad.

De acordo com o escritor argentino as reconversões podem ser econômicas ou simbólicas, no primeiro caso, as adaptações referem-se às condições de produção e de custo/benefício da obra, a exemplo das condições de acesso à matéria prima, no segundo, a mudança ocorre no âmbito do imaginário, alterando seu significado.

Tauk Santos (op. cit.) enfatiza a ideia de Gramsci, de que esse fluxo ocorre atualmente no campo das disputas pela hegemonia em relação ao consumo de bens culturais. Essas reconversões fundamentam a hibridação cultural, que de acordo com García Canclini (op. cit., p. 14) resulta de:

Procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas. A su vez, cabe aclarar que las estructuras llamadas discretas fueran resultado de hibridaciones, por lo cual no pueden ser consideradas fuentes puras.

O conceito de hibridação foi desenvolvido pela Escola Latino-Americana de Comunicação e é aqui evocado como proposta transdisciplinar de investigação da cultura popular, na qual a Folkcomunicação, como estudo pioneiro das relações entre cultura popular e comunicação no Brasil, atualiza suas inferências e aprofunda suas análises, o que na opinião de estudiosos e pesquisadores de ambas as disciplinas fomenta o desenvolvimento das pesquisas nesse campo.

Benjamin (2000 apud MESQUITA, 2000, p. 158) também aponta o mesmo caminho para as investigações no campo da cultura popular. Com a ressalva de que se



mantenha a necessária vigilância epistemológica na condução das pesquisas. O autor defende um modelo de trabalho:

Interdisciplinar e o recurso às diversas técnicas de pesquisa em uso nas ciências humanas e nas ciências da linguagem, utilizadas isoladamente e em combinações variadas, aliadas à experimentação de técnicas próprias e à criatividade, sem prejuízo do rigor científico, na condução das investigações.

No mesmo sentido caminha García Canclini (1989, apud MESQUITA, 2000, p. 157), quando enfatiza a necessidade de:

uma colaboração interdisciplinar, da importância dos espaços de intersecção entre os diversos saberes e da reformulação de métodos e objetos de investigação para conhecer os novos processos, levando disciplinas tradicionais a repensar seus modos de conhecer e obrigando-as a rever certos lugares comuns do saber construído em torno dos meios de comunicação.

Essa transdisciplinaridade contribui para a compreensão da dinâmica de manifestações culturais como é a arte das Carrancas, tendo em vista a teia de relações e a complexidade que envolve as pesquisas sobre as culturas populares. Para Mesquita (2000, p.158):

Ao abordar e explorar suas características próprias, mas exercitando a capacidade de construir "pontes" entre os dois aportes, escolhendo o que cada um deles tem de criativo, de inovador, acreditamos que o "intercâmbio" entre estudiosos de ambas as teorias poderá trazer novas e melhores maneiras de se enxergar a cultura popular e seu modo de comunicar e enxergar o mundo.

Na linguagem poética de Carlos Drummond de Andrade (apud PARDAL, 1974) encontra-se uma representação imaginária dos processos de refuncionalização e resignificação ocorridos no âmbito da manifestação cultural das Carrancas, dessa vez, à luz da admiração que o poeta mineiro nutria em relação às *figuras de barca* do São Francisco, como se vê no poema *Exposição de Carrancas*, no qual Drummond narra a migração entre os espaços fluvial e terrestre feita pelas imagens das Carrancas:

As Carrancas do rio São Francisco  
largaram suas proas e vieram  
para um banco da rua do Ouvidor.

O leão, o cavalo, o bicho estranho  
 deixam-se contemplar no rio seco,  
 entre cheques, recibos, duplicatas.  
 Já não defendem do Caboclo d'água  
 o barqueiro e seu barco. Porventura  
 vêm proteger-nos de perigos outros  
 que não sabemos, ou contra assaltos  
 desfecham seus poderes ancestrais  
 o leão, o cavalo, o bicho estranho  
 postados no salão, longe das águas?  
 Interrogo, perscruto, sem resposta,  
 as rudes caras, os lenhados lenhos  
 que tanta coisa viram navegando  
 no leito cor de barro. O Velho Chico  
 fartou-se deles, já não crê nos mitos  
 que a figura de proa conjurava,  
 ou contra os mitos já não há defesa  
 nos mascarões zoomórficos enormes?  
 Quisera ouvi-los, muito contariam  
 de peixes e de homens, na difícil  
 aventura da vida dos remeiros.  
 O rio, esse caminho de canções,  
 de esperanças, de trocas, de naufrágios,  
 deixou nas carrancudas cataduras  
 um traço fluvial de nostalgia,  
 e vejo pela rua do Ouvidor,  
 singrando o asfalto, graves, silenciosos,  
 o leão, o cavalo, o bicho estranho...

*Carlos Drummond de Andrade*

O poema de Drummond aponta para uma transição, uma espécie de *metamorfose* (aqui em sentido figurado, tendo em vista que o exemplo reporta-se à linguagem poética) ocorrida no uso cotidiano das imagens das Carrancas, que deixaram as águas do rio e inseriram-se primeiramente no circuito das artes e posteriormente nos domicílios, nas empresas e nas instituições públicas e privadas, como esculturas representativas de uma arte singular, que com esses processos adaptativos de hibridação manifestam-se em diferentes períodos históricos, desde um período considerado arcaico de formação da sociedade são-franciscana, passando pela modernidade e permanecendo em tela na pós-modernidade.

Não se pode perder de vista que o poema de Drummond, escrito em 1972, descreve os primeiros processos de refuncionalização, resignificação e reconversão da imagem. Hoje, quase meio século depois da autoria desses versos, além da continuidade dos mesmos processos, outros usos das imagens das Carrancas acontecem contemporaneamente, em novas hibridações, inclusive por iniciativas de

empreendimentos que atuam no comércio virtual, em negócios que possuem tempo de atuação mais ou menos pré-definido no mercado, com época certa para serem criados e dissolvidos.

Esses negócios têm prazos de validade para surgir, atingir um ápice em seus resultados e em seguida serem extintos e transformados em outros negócios, com outros nomes e outras atividades fins, bem aos moldes da modernidade líquida, proposta por Zygmunt Bauman. (BAUMAN, 2001).

Se antes as imagens protegiam os barqueiros e remeiros dos perigos da navegação e dos infortúnios provocados pelos seres mitológicos que habitariam as profundezas do São Francisco, esse significado apotropaico é em parte mantido, porém reinterpretado, quando de sua transferência do ambiente de navegação para o ambiente terrestre, de modo que sua resignificação se dá quando as imagens passam a proteger as casas e os estabelecimentos comerciais contra os maus-olhados, o olho gordo, as dissimulações e maledicências vindas de qualquer pessoa que eventualmente se aproxime com essas má intenções dos locais onde as Carrancas foram acolhidas, após deixarem o rio.

Ocorre, portanto, uma resignificação do mito, de seu conteúdo simbólico, que embora tenha sido transladado do espaço fluvial para o terrestre, mantém-se presente no imaginário das populações ribeirinhas, ensejando uma proteção em outro contexto, excedendo o rio em seu significado original. Mas há acréscimos nesse significado, quando da apropriação da imagem pelo artesanato.

Além da contemplação estética como se observa na relação da imagem com a cultura erudita, acrescenta-se na relação com o artesanato um significado revestido de teor protetório, um tanto místico, um tanto supersticioso, que vai além do conteúdo estético e que embora não seja onipresente dentre os admiradores da arte das Carrancas, emana de seu simbolismo no imaginário local de forma bastante recorrente, tendo seu discurso reproduzido na propaganda destinada à venda das imagens no mercado do artesanato.

Assim, instigado pelo interesse das instâncias eruditas em cultivar suas imagens como obra de arte, o artista popular encontra um meio de manter viva sua produção, dando às esculturas uma nova função, resignificada e ampliada, elevando-as ao posto de obra de arte, após terem despertado o interesse de museus e galerias.

Posteriormente, encontram espaço também em residências e outros ambientes de

convivência cotidiana, tornando-se familiares nas cidades do Vale do São Francisco, como representação artística da identidade cultural local. Para García Canclini (op. cit., p. 188):

Los productos generados por las clases populares suelen ser más representativos de la historia local y más adecuados a las necesidades presentes del grupo que los fabrica. Constituyen, en este sentido, su patrimonio propio. También pueden alcanzar alto valor estético y creatividad, según se comprueba en la artesanía, la literatura y la música de muchas regiones populares.

A artista popular Ana das Carrancas também promoveu processos de refuncionalização, resignificação e reconversão das imagens. Tais modificações ocorreram tanto na introdução do barro como matéria-prima para a produção das esculturas, como em virtude de uma nova estética apresentada em suas esculturas antropomorfas - menos agressivas, porém não menos expressivas -, solução que embora não fosse novidade entre as figuras de proa do São Francisco, trazia a marca pessoal da artista.

As esculturas em barro de Ana das Carrancas também vieram para dialogar com as instâncias erudita e massiva, nas artes, no artesanato e na comunicação visual. Suas peças são requisitadas para exposições, como a intitulada *Os olhos cegos do rio*, que esteve em cartaz, em 2013, respectivamente no Sesc Petrolina e no Sesc Caruaru, em Pernambuco.



Figura 47: Carranca antropomorfa e barquinha (em segundo plano) de autoria de Ana das Carrancas, na exposição *Os olhos cegos do rio*, realizada em 2013. Foto do autor (26/08/2013).

Ana das Carrancas foi outra artista popular do Vale do São Francisco a promover reconversões na arte da Carrancas, tanto em âmbito econômico quanto

simbólico, de modo que foi somente a partir de sua obra que se tornou possível identificar maiores influências de uma estética proveniente da cultura africana nas suas esculturas de Carrancas, mais precisamente nas suas Carrancas antropomorfas modeladas no barro.

O talento de Ana das Carrancas é reconhecido na arte popular brasileira e a artista continua recebendo homenagens *post mortem* em eventos e feiras de arte e artesanato, a exemplo da homenagem conferida pela organização da Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte 2015), na qual o trabalho da artista ocupou lugar na Galeria dos Homenageados, onde fotografias e obras de sua autoria ficaram em exposição permanente e os visitantes puderam adquirir as peças negociadas pelas filhas da artista, Ângela e Maria da Cruz, que mantêm a produção das esculturas utilizando a mesma técnica desenvolvida pela mãe.

As herdeiras de Ana das Carrancas também possuem acento garantido todos os anos na alameda dos Mestres da Fenearte, no Centro de Convenções de Pernambuco, onde expõem e comercializam suas peças durante os onze dias da Feira, cujo público médio é de 300 mil pessoas.



Figura 48: Um dos meios de comunicação massivos que mais se expandiram no século XX foram as histórias em quadrinhos. Algumas delas inspiraram reconversões da imagem, como o leão do quadrinho acima, que serviu de modelo para Guarany esculpir a Carranca Curupan. Fonte: *Carrancas do São Francisco* (PARDAL, 2006, p. 217).

Portanto, em paralelo à refuncionalização e à resignificação ocorridas em meados do século XX, quando as antigas *figuras de proa* esculpidas em madeira migraram para o circuito erudito das artes, a artista popular Ana das Carrancas protagonizou, ainda no ano de 1963, sua própria inserção na arte centenária das

Carrancas do São Francisco, por meio de reconversões econômica e simbólica das imagens - até então esculpidas somente em madeira - ao criar, por iniciativa própria, suas Carrancas feitas em barro, como forma de dialogar com o mercado.

As peças manufaturas pela Dama do Barro - como também ficou conhecida Ana das Carrancas após ganhar fama - repercutiram na arte das esculturas populares no Brasil e no exterior. Nesse sentido, nota-se a autonomia, a criatividade e a emancipação da artista popular, que se verifica na proposição de reconversões econômicas e simbólicas, na conquista de espaço nos mercados das artes e do artesanato.

Apesar da conquista de espaço no âmbito da cultura popular e do diálogo com a arte erudita, Ana as Carrancas não subestimou o mercado do artesanato e introduziu também esculturas utilitárias em seu *portfólio*, a exemplo das Carrancas conversíveis em jarros para plantas. Outro exemplo são os porta incensos, introduzidos mais recentemente por suas filhas.

Outra reconversão econômica percebida nas imagens das Carrancas são as Carrancas esculpidas em pedra-sabão, produzidas em menor quantidade em Petrolina e região, algumas inclusive de tamanho expressivo, como a da Figura 49, de autoria de José Faustino, conhecido por suas esculturas em granito expostas no Parque das Esculturas da cidade cenográfica de Fazenda Nova (Nova Jerusalém), em Brejo da Madre de Deus, Pernambuco.



Figura 49: Carranca em granito com cerca de 2,5 metros, de autoria de José Faustino, em Paulo Afonso/BA. Mais um exemplo de refuncionalização, resignificação e reconversão econômica e simbólica das imagens das Carrancas. *Foto do autor: 02/03/2014.*

A Carranca de autoria de José Faustino foi esculpida em uma região que não é banhada pelo rio São Francisco e não tem tradição nas esculturas de Carrancas, mas o conhecimento iconográfico do imaginário coletivo nordestino permitiu ao artista produzi-la, de onde foi levada para a cidade de Paulo Afonso/BA, na Bahia, para lá

permanecer em exposição permanente na praça das Mangueiras, região central daquela cidade ribeirinha do Baixo São Francisco.

Além das reconversões de caráter econômico e simbólico, como as que foram introduzidas pela artista Ana das Carrancas em Petrolina, outras reconversões continuam acontecendo em função das relações entre os artesãos e os meios massivos de comunicação.

Algumas das primeiras reconversões nesse sentido ocorreram ainda na segunda metade do século XX, protagonizadas pelo mestre Biquiba Guarany em sua última fase produtiva, quando o artista recorreu às imagens publicadas em meios massivos de comunicação para ampliar a variedade estética de suas Carrancas.

A esse respeito, Pardal (2006, p. 216) afirma que "para as Carrancas mais recentes [Guarany] tem também observado figuras de jornais e de revistas, citado: macaco, deus hindu, animais pré-históricos etc.". Os registros vistos até aqui corroboram as inferências de Tauk Santos (op. cit., p. 257) de que:

As relações das culturas populares com a cultura hegemônica entretanto nem sempre são conflitivas, elas são muitas vezes adaptativas e se combinam muitas vezes, no massivo. O que chamamos popular, portanto, é na realidade um produto e não uma essência. Trata-se de uma posição construída pelas classes subalternas, frente aos códigos da cultura hegemônica.

Cabe ressaltar que Pardal (1974; 2006) descortinou os primeiros processos de reconversão ocorridos na obra do mestre Guarany, e ainda que não os tenha identificado ou analisado pelo viés dos conceitos relativos à hibridação (e nem era essa a sua intenção), apontou relações entre a obra de um dos maiores carranqueiros do Vale do São Francisco - senão o maior - e os meios de comunicação mais remotos disponíveis à época, conforme a citação a seguir:

Diz Guarany sobre as figuras de barcas, que, às vezes, lhe encomendavam a representação de uma cabeça de cavalo, de um busto de moça, etc. Mas geralmente era ele que escolhia o motivo de sua imaginação. *Inspirando-se inclusive em figuras como as de um baralho português antigo, e nota-se que até hoje as figuras de baralho são bem medievais.* Baseou-se também no dragão de São Jorge; e em figuras de leão e cavalo. (PARDAL, 1974, p. 115, grifo nosso).

Outras mudanças advêm da reflexão e da autocrítica do próprio artista popular

sobre a repercussão de seu trabalho e sobre a destinação a dar as suas peças. O mestre Guarany propôs ao longo de sua carreira outras reconversões estéticas em virtude da refuncionalização sofrida pelas antigas *figuras de proa*. Ele alterou, por exemplo, o tratamento dado aos dentes de suas Carrancas, ampliando os detalhes, incluindo e aperfeiçoando a língua, mudanças decorrentes da nova função das esculturas, após passarem de *figuras de proa* a peças de arte:

Diz Guarany: "Comecei a fazer [as carrancas] de imaginação. Não quebrava a cabeça, e agora quebro, para imitar". Explicou-me que suas figuras de barca eram feitas sem cuidado - "como saísse estava bom" - mas agora "quebro a cabeça" para esculpi-las bem, especialmente a boca; cujo céu - escavado - a língua - destacada - e os dentes - esculpidos no bloco, e não implantados - dão-lhe uma semana de trabalho. "Fazer essa boca não é vadiação não". (PARDAL, 2006, p. 214).

Mammì (2015) corrobora a citação de Pardal, ao chamar atenção para a preocupação de Guarany em promover mudanças nas esculturas, ao tomar ciência de que suas peças teriam outra destinação e não seriam mais contempladas sobre o reflexo das águas ou à distância de quem as via em terra firme, singrando ao longe as águas do São Francisco e seus afluentes. O reflexo do balanço das embarcações nas águas do rio transformava-se em efeito visual para a imagem, conforme a opinião de Guarany e de autores e testemunhas que vivenciaram a época das *figuras de barca*.

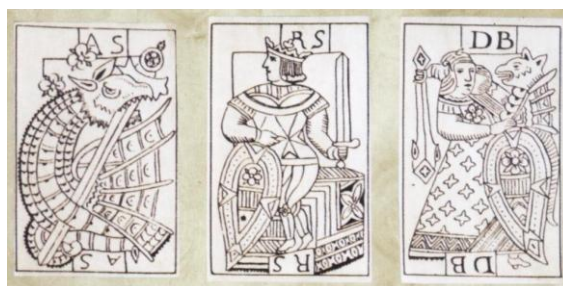


Figura 50 Guarany afirmou a Pardal (1974), que dentre as imagens que o ajudaram a conceber suas Carrancas, havia um baralho português antigo, como o da figura acima. A iconografia dos baralhos antigos não é a mesma dos atuais. Os símbolos do baralho tradicional (português e espanhol) foram substituídos no Brasil e em Portugal pelos símbolos do baralho francês. Fonte: <http://mundodosnaipes.blogspot.com.br/2012/03/o-baralho-portugues.html#axzz4IR1kXcfi>.

A citação a seguir, do livro de Pardal (1974, p. 112, grifo do autor), diz muito sobre algumas etapas reconversivas pelas quais passaram as imagens das Carrancas, conforme o protagonismo de um dos seus grandes artistas populares, explicitada na



conversa a seguir, com um colecionador que foi também discípulo de Guarany na arte das esculturas:

Clarival Valladares diz que Guarany foi mestre de Agnaldo Manoel dos Santos, e que "a impressão mais definitiva que Agnaldo conservava do mestre era a da destreza e domínio artesanal... O velho cortava, parava e examinava com os dedos... sempre preocupado com a perfeição... batia devagar, certo, bonito, ouvia-se mais a louça na cozinha que ele trabalhando... uma vez eu disse: boa carranca! ele disse... as águas é que vai dizer meu filho". esta citação textual de Agnaldo, demonstra o espírito com que Guarany esculpe uma peça para colecionador - o mesmo com o que preparava uma carranca para barca - "*as águas é que vai dizer*", de seu valor, de sua funcionalidade. Por isso, não concordo com um consagrado crítico de arte, que julga que as peças só têm autenticidade quando motivadas e consumidas em seu meio de origem, criticando as atuais carrancas de Guarany, que classifica de *primitivistas*, isto é, limitadas da arte do primitivo.

De acordo com Pardal (2006, p. 209), a partir de sua terceira e última fase produtiva, Guarany passou a valorizar a autoria de suas obras, assinando-as<sup>33</sup>. O escultor batizava suas Carrancas com nomes inspirados em personagens da mitologia indígena, além de "nomes de animais antidiluvianos, cujas fotografias vistas em jornais e revistas impressionaram Guarany". (Ibid.). Sobre essa relação entre o autor, a obra e o público, Pardal (Ibid., grifo nosso) acrescenta:

Parece-me razoável propor que Guarany tenha produzido, até o início da década de 1940, cerca de oitenta Carrancas. Com a paralisação da construção de barcas, Guarany não fez figuras de proa durante dez anos. Na primeira metade da década de 1950, foi descoberto por Antônio Laje, a quem vendeu meia dúzia de peças, que foram para a coleção de Vasconcelos Maia [...]. Em seguida, outros lhe encomendaram Carrancas, entre os quais Agnaldo, que adquiriu cerca de oito peças, a partir de 1953. Continuando a procura de suas esculturas, Guarany, que até então as encarava como figuras utilitárias ou decorativas, sem maior significado artístico, capacitou-se de sua importância, passando, em 1963, a assiná-las *F. Guarany*, num fenômeno comum em arte popular, como ocorreu com Vitalino e outros escultores do nordeste. A esta assinatura Guarany acrescenta o nome com que batiza suas Carrancas desde que um comprador lhe pediu que o fizesse, para a peça que estava adquirindo.

<sup>33</sup> Pardal (1974, 1979, 2006) divide a obra de Guarany basicamente em três fases: a primeira, mais utilitária (mas, nem por isso, sem o veio artístico que o imaginário já possuía) das antigas *figuras de barca*; a segunda, com o seu retorno às esculturas a pedido de colecionadores interessados em suas Carrancas, quando faz algumas modificações como a retirada do entalhe frontal e a terceira de caráter estético, especialmente em relação ao entalhe dos cabelos das esculturas, da boca e da língua.

O registro de data de conclusão da obra e a assinatura do autor; o eixo longitudinal disposto a 90° em relação à base das esculturas, para permitir a exposição em estruturas planas; a retirada do entalhe frontal; os dentes e a língua trabalhados minuciosamente; além dos cabelos, em onda. Essas são apenas algumas das reconversões simbólicas e econômicas que, aliadas à técnica apurada e ao estilo pessoal do artista, sintetizam a 3ª fase produtiva de Francisco Biquiba Guarany.

Tais reconversões podem ser observadas na Carranca zooantropomorfa que foi batizada com o nome de Bigoia (Figura 51), uma das últimas esculpidas por Guarany, em 1978, quando o mestre já contava 96 anos. Note-se nessa Carranca, por exemplo, os detalhes dos dentes e da língua, que é destacada no centro da boca.

É importante ressaltar que Guarany não fazia montagens, ou seja, não esculpia a língua ou outras partes da escultura à parte para encaixá-la depois. Todas as esculturas do mestre eram feitas em peça única. Destaque também para os olhos da Carranca Bigoia, que, esculpidos em relevo, são expressivos, sem excederem no tamanho.



Figura 51. Esculpida por Guarany, quando o mestre tinha 96 anos, a Carranca *Bigoia* é um retrato da refuncionalização, da resignificação e das reconversões simbólica e econômica ocorridas desde que as esculturas deixaram de ser *figuras de barca*. Ao fundo, vê-se outra Carranca, de autoria do petrolinense Lopes. Coleção: Geraldo Coelho. Petrolina/PE. Foto do autor: 15/01/2014.

A Carranca Bigoia, em princípio - e até que se prove o contrário -, tem sua imagem ora publicada pela primeira vez neste trabalho, tendo em vista que seu registro não foi identificado em nenhuma das publicações, catálogos, documentários ou exposições consultados durante esta pesquisa, nem mesmo nos trabalhos de Pardal (1974, 1979, 2006), Valadares (1981) e Mammi (2015), que apresentam um extenso e criterioso levantamento da obra do mestre Guarany.



Figura 52: A partir da relação do artista popular com instâncias eruditas representadas por colecionadores, *marchands* e críticos de arte e como parte de resignificações e reconversões ocorridas em sua terceira fase produtiva, Guarany passou a assinar suas obras. Foto do autor: 15/01/2014.

Outra reconversão simbólica e econômica foi promovida a partir do surgimento do estilo denominado de *Carranca Vampiro*, que se popularizou entre os modelos mais comercializados até hoje no mercado do artesanato, resultado da reconversão proposta pelo escultor Bitinho, que, como registra Silva Junior (2013, p. 220), inspirou-se em um personagem do filme *All Monsters Attack* - produção de 1969, dirigida pelo cineasta japonês Ishiro Honda - para criar a Carranca inicialmente chamada pelo seu idealizador de *Carranca Macaca*, mas que ficou mais conhecida pelo pseudônimo de *Carranca Vampiro*.



Figura 53: Visitantes apreciam obras do escultor Bitinho à venda em seu estande da Fenearte 2015. Artista promoveu mais uma reconversão da imagem das Carrancas, ao idealizar o estilo chamado por ele de Carranca Macaco, inspirado em um personagem do cinema (Cf. Figura 54). Apesar da ideia inicial, o estilo se popularizou mesmo foi com o nome de *Carranca Vampiro*. Foto do autor: 09/07/2015.

O personagem do filme japonês era um macaco com feições assustadoras que inspirou o mestre Bitinho na criação de um novo modelo de Carranca, que quase padronizou a produção de Carrancas em madeira no polo Petrolina-Juazeiro, salvo exceções decorrentes das encomendas feitas por colecionadores interessados no chamado *estilo Guarany*, além de outros estilos de artistas e artesãos de Petrolina e da

região que não se deixam limitar por padrões.



Figura 54: Cartaz do filme "All Monsters Attack", traduzido no Brasil como Monstrolândia. Macaco (no centro) inspirou o escultor Bitinho na criação do estilo conhecido como *Carranca Vampiro*, uma reconversão decorrente da interação entre o artista popular e os produtos dos meios massivos de comunicação. Fonte: *Carranca Vampira: a vitória da estética mercadológica*. (SILVA JUNIOR, 2013, p. 220).

Assim como o professor Silva Junior (2013), quem também atribui a criação do estilo Vampiro ao escultor Bitinho é Roque Santeiro, outro antigo escultor de Petrolina que hoje notabiliza-se por suas esculturas sacras. Este último explica que tal reconversão (não referida com esse termo, mas por meio de sua visão empírica acerca do tema) teria o objetivo de ampliar a força do amuleto com base no reforço de alguns elementos simbólicos expressos na imagem. Essa explicação é transmitida para os turistas e potenciais clientes das esculturas. De acordo com Roque Santeiro:

Bitinho criou justamente essa Carranca Vampiro. [...] E hoje [...] como não tem mais barca pra virar, mas tem o olho gordo que existe nas pessoas, então [...] a Carranca mais comercial hoje é a Vampiro [...] por ela provocar esse impacto, de ser feia, de ser assombrosa [...]. A sorte e o azar. [...] A Carranca tá [ali] pra me dar sorte e [para] livrar o azar do olho grande. (entrevista concedida em 14/09/2013).

Os artesãos e artesãs de Petrolina continuam promovendo sutis refuncionalizações, resignificações e reconversões das Carrancas no âmbito das esculturas de modo geral. Essa dinâmica ocorre tanto em função da subjetividade do artista e de seus objetivos autorais, da reflexão diante das mudanças que ocorrem no mundo e da autocrítica em relação ao seu trabalho, quanto em vista das oportunidades

de inserção nos mercados, em consonância com a dinâmica cultural observada na contemporaneidade.

Para Canclini (apud TAUKE SANTOS, op. cit., p. 260), "o processo de hibridação pode ocorrer de modo não planejado, como resultado de processos migratórios, turísticos ou de algum tipo de intercâmbio econômico ou comunicacional". "Frequentemente, entretanto" - complementa a autora - "a hibridação surge da intenção deliberada de transformar um patrimônio cultural pré-existente para reconverter em novas condições de produção e mercado." (Ibid.). Canclini compreende a hibridação como um processo de combinação de estruturas e práticas culturais:

Entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras e prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos e prácticas.

Recentemente, a escultora Carina Lacerda, que também possui um ateliê na Oficina Mestre Quincas, inovou ao lançar suas Carrancas femininas, caracterizadas pela introdução dos seios na parte inferior do busto. Segundo a artista, a ideia de esculpir Carrancas femininas surgiu no início de sua carreira, há cerca de cinco anos, quando ela teve que superar o preconceito de gênero para se inserir na Oficina e integrar o mercado das artes e do artesanato, como ela mesma explica na entrevista a seguir, concedida no pavilhão da Fenearte, no Centro de Convenções de Pernambuco:

Quando eu comecei, né... eu tive que enfrentar todo aquele machismo dos meninos, que [aliás], hoje todos são meus amigos... [hoje eles falam:] "Carina é da família". [...] Mas eu tive que passar mesmo por aquele machismo. São 22 homens [trabalhando em tempo integral aqui na Oficina] e só tem eu de mulher, né!... Tinha dona Ana, que fazia [as esculturas] em casa, mas dona Ana tava parando, porque ela tinha se aposentado. A dona Ana que fazia Carrancas de madeira, não tô falando de Ana das Carrancas não, é outra Ana. [...] E aí ela dizia pra mim: "Carina faça. Faça que você é talentosa". [...] Mas eu não queria fazer [as minhas Carrancas] iguais as dos meninos, eu queria expressar minha feminilidade nisso [...] eu queria algo que representasse [...] o sexo feminino, [...] já que eu tava sendo... é... tipo... vítima de um preconceito, né!... Aí, eu fiz uma com peito. Quando eu fiz ela com peito e grávida, eu fiz ela inteira [...] Eu fiz ela com o corpo de mulher, toda [...] porque na época eu tava grávida [...] e com a cara assim bem louca mesmo de Carranca (risos) [...] bem agressiva mesmo, assim... tipo com raiva, meio que soltando um grito assim... não de desespero, mas um rugido de dizer assim ó [sic]: "eu sei fazer isso aqui, entendeu". E aí... quando um dos carranqueiros [...] que eu mais admiro, que é seu Zé Alves [...] pegou na Carranca, ele

disse: "rapaz, tá muito boa Carina, tá muito boa [...]. Agora, você não vai vender muito se você [for] fazer o corpo, a barriga, os seios e o rosto, porque vai ficar muito caro pra você [...] você vai perder muito tempo fazendo [...] eu sugiro que você tire a metade do corpo e deixe só a metade de cima". [...] Foi quando eu comecei a fazer as Carrancas só com peito mesmo, e aí elas foram sendo conhecidas a partir disso. (entrevista concedida em 12/07/2015).

Já o escultor Fredson, outro escultor que produz na Oficina do Artesão Mestre Quincas, esposo da escultora Carina, propôs outra reconversão ao criar um modelo de Carranca com asas, uma espécie de *Anjo Carranca* ou *Carranca Alada*, peça colocada à venda na Fenearte 2015. Fredson, tem formação em engenharia de produção, já trabalhou na indústria, mas hoje, por opção, vive apenas da arte das esculturas em madeira, seja de Carrancas ou de outras temáticas. Ele também é associado à Associação dos Artífices de Petrolina (Assape). O artista afirmou que a inspiração para esculpir a Carranca Alada surgiu após um sonho.



Figura 55: Fredson representa uma nova geração de escultores do Vale do São Francisco, na foto acima apresenta sua Carranca Alada durante a Fenearte 2015. Foto do autor: 12/07/2015.

Peças utilitárias com imagens das Carrancas feitas em madeira, pedra e barro também são criadas por artesãos do Vale do São Francisco, a exemplo de chaveiros, porta canetas, ímãs de geladeira, porta-incenso, porta-vinhos (esse último aponta para uma intercâmbio com o mercado dos vinhos na região), camisas com imagens de Carrancas, travessas para uso culinário, porta-guardanapos e outras formas de aplicação das imagens são exemplos variados do uso refuncionalizado, resignificado e reconvertido das Carrancas.

Convém ao final deste tópico, ponderar sobre o fato de que a cultura popular das Carrancas encontra-se inserida em um processo de reconversão econômica e simbólica mais amplo, representado pela atividade dos escultores do Vale do São Francisco,

muitos deles oriundos das profissões de carpinteiro e marceneiro, enquanto outros começaram intencionalmente suas carreiras como entalhadores artísticos, ainda que alguns não vivam exclusivamente da arte.

Temáticas como a arte sacra, na qual as esculturas dos santos católicos possuem assento privilegiado, além das esculturas realistas/naturalistas, representando a fauna e a flora da caatinga ou tropical, são outras que integram o contexto de produção das esculturas em Petrolina e no Vale do São Francisco.



Figura 56. Travessa para servir alimentos utilizada no restaurante *Carranca Gulosa*, em Petrolina. Refuncionalização da imagem utilizada como ferramenta de Folkmarketing. Foto do autor: 26/01/2014.

De todo modo, fica registrado também aqui que o mestre carranqueiro Francisco Biquiba Dy Lafuente Guarany, tido como o mais representativo carranqueiro de todos os tempos, filho de um construtor de barcas da cidade de Santa Maria da Vitória/BA, nas margens do rio Corrente (afluente esquerdo do São Francisco), começou sua carreira esculpindo santos católicos, crucifixos e animais de presépio. E os esculpia com muito talento, com base em opiniões como as de Pardal (1974) e Mammì (2015), que no texto abaixo apresenta sua crítica em relação à obra do artista, tendo como referência as esculturas da Figura 57:

Um pequeno crucifixo em madeira agora na coleção de Pardal, mostra o perfeito domínio que Guarany tinha da modelagem erudita. Outras pequenas peças de uso doméstico, também em madeira, revelam sua facilidade em se apropriar dos mais variados estilos: um cavalinho, peça de presépio, de elegância quase giottesca; um leão um tanto *art déco*; um cachorrinho que parece imitar os bibelôs de porcelana. Nada disso, no entanto, passa para as Carrancas: nelas, Guarany constrói, com plena coerência e consciência, seu próprio estilo. (MAMMÌ, op. cit., p. 31).

A relação entre o trabalho de carpinteiros, marceneiros, trabalhadores de



estaleiros e as esculturas sacras expostas nas igrejas católicas também é antiga, como já visto. As imagens de santos sempre representaram um mercado atrativo para os escultores que trabalham com madeira e as encomendas muitas vezes ultrapassam o interesse das igrejas e partem dos próprios fieis interessados em adquirir esculturas de santos e anjos.

As inúmeras variações permissíveis pela estética grotesca alusiva às Carrancas e a variedade de santos da hagiologia católica ampliaram as possibilidades de criação e produção em um ambiente dinâmico de reconversão cultural.

Já entre os escultores contemporâneos, Roque Santeiro, da Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina, começou trabalhando primeiro como carranqueiro, para depois, na década de 1980 - inspirado em Aleijadinho e Michelangelo, segundo o próprio Roque faz questão de afirmar -, migrar quase que exclusivamente para a produção das esculturas sacras. Ou seja, o artista fez o caminho inverso daquele trilhado por Guarany há mais de um século.



Figura 57: Leão, cavalo, cão, cristo (em sentido horário) na exposição *A Viagem das carrancas*, realizada na Pinacoteca de São Paulo e no Instituto Moreira Sales do Rio Janeiro, denotam a categoria de Guarany em temáticas diversas. O artista começou a esculpir *figuras de barca* na passagem do século XIX para o XX, migrando da arte sacra para as Carrancas, sem perder a categoria, segundo o curador de arte e escritor Lorenzo Mammì (2015). Foto do autor (10/03/2016).

Nas palavras de Roque Santeiro, em entrevista concedida na Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina, sobressaem alguns fatores que explicam as reconversões econômicas e simbólicas no âmbito das artes populares e do artesanato. São variáveis ligadas às proposta de trabalho e condições de pagamento, fatores que também interferem na produção de quaisquer artistas:

Olhe, isso aí parte muito do cliente, de uma encomenda. Se tu faz Carranca e chega uma pessoa [e diz] Roque, me faça essa peça...



digamos um São Francisco. Aí partiu pra que? pra um desafio [...] se você é bom, se você faz várias Carrancas de estilo Guarany, por que você não [iria] tentar [fazer um São Francisco]?. (entrevista concedida em 14/09/2013).

Apesar de hoje ter como prioridade a arte sacra, Roque Santeiro - cujo trabalho é reconhecido e elogiado no cenário nacional das esculturas barrocas, imagens que aliás já lhes propiciaram encomendas até da Itália e do Japão, conforme seu depoimento -, mantém seu reconhecimento à arte das Carrancas, como afirma em outro trecho da mesma entrevista:

As Carrancas foram os meus primeiros passos nas esculturas. Mas essa mudança [...] não só a arte sacra, como a fauna, a flora, isso se torna um mundo mais amplo para o artista [...] então eu optei pela arte sacra, porque ela não é regional, ela praticamente é mundial, então o fluxo de encomendas é muito grande, e principalmente quando o artista é bom, quando ele é detalhista, quando o trabalho dele é aceito pelo católico que quer sua arte sacra desejada [...]. [Também] porque [...] existe a concorrência. Quantos artistas fazem Carrancas? [...] Mas [...] eu tenho um elo [...] comigo, em termos de Carrancas. [...] Eu admiro também o mestre Guarany, eu sempre fui um discípulo dele, eu sempre o segui. E hoje quando um aluno vem aprender arte comigo... de graça [...] o primeiro passo [que] eu começo a ensinar a ele é fazer Carrancas [...] Eu tô sempre ensinando aqui... [Ensinei a] Paulo, Gago [carranqueiro da nova geração]... Esses aí todos foram discípulos que eu já ensinei a fazer Carranca [...] E a Carranca hoje também é muito aceita para o turismo. Um turista que chega a Petrolina, eu acho que a marca que fala mais alto é levar uma Carranca. [Quem leva uma Carranca], tá levando um pedacinho do São Francisco. (entrevista concedida em 14/09/2013).

Nos diversos exemplos elencados acima, os usos refuncionalizados, resignificados e reconvertidos da manifestação cultural das Carrancas ocorreram no contexto das relações entre a cultura popular e as culturas erudita e massiva, relação que foi acentuada primeiramente quando essas últimas adotaram as imagens das Carrancas respectivamente como expressão artística e estratégia de comunicação visual.

Posteriormente, como forma de agregar o sentimento de pertencimento e para ampliar a aproximação entre as instituições/corporações e seus públicos, com base no simbolismo dessas imagens e em consonância com a identidade cultural da região, as imagens das Carrancas passaram a ser usadas como recursos de comunicação institucional e mercadológica.



Figura 58: Uma das mais impressionantes reconversões da imagem das Carrancas foi inaugurada recentemente em São Paulo: um jardim suspenso localizado em um dos pontos de maior circulação da cidade. O arquiteto que assina a obra afirmou à imprensa, que as carrancas representam a cultura popular ribeirinha do São Francisco, do sertão nordestino e de Minas Gerais. Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/05/1775030-predio-ao-lado-do-minhocao-inaugura-jardim-vertical-de-r-570-mil.shtml>.

Nesse sentido, diversas empresas adotaram as imagens das Carrancas em estratégias de comunicação, que se configuram em ações de Folkmarketing, tema que será abordado no tópico a seguir, juntamente com as reconversões baseadas nas relações entre os escultores do São Francisco e os meios massivos de comunicação.

## 7. Folkcomunicação e Carrancas do São Francisco: um enredo no campo da ciência das Comunicações

Algumas das principais referências clássicas e seminais da teoria da Folkcomunicação (BELTRÃO, 1971, 1980, 2004); (MELO, 2002, ); (BENJAMIM, 2000) evidenciam afinidades conceituais e teóricas entre seus pressupostos e a manifestação cultural das Carrancas, em virtude de três justificativas básicas: a primeira diz respeito às origens das Carrancas, uma arte popular imbricada inicialmente ao folclore ribeirinho dos mitos e lendas do rio São Francisco, que se manifesta no âmbito da cultura local e se intersecciona com as demais instâncias culturais da sociedade (erudita e massiva), delas servindo-se em processos de intercâmbio cultural, para promover, em conjunto com o seu substrato, a projeção e a visibilidade dessa arte.

A segunda justificativa para se investigar a manifestação cultural das Carrancas à luz da teoria da Folkcomunicação reside no fato de que, na época das longas viagens feitas pelas *barcas de figura*, os barqueiros e remeiros operavam os mesmos códigos comunicacionais identificados pelo professor Luiz Beltrão (pioneiro das pesquisas em

Folkcomunicação) na ação dos caixeiros viajantes e choferes de caminhão. Afinal, como afirma Pardal (1974, p. 26, grifo nosso):

No século passado, ainda mais se vivia em função do rio. Não só de sua psicossidade e de suas enchentes e vazantes, que determinavam a fertilidade das plantações, como principalmente da via de comunicação que garantia a troca dos produtos. *Entre eles se incluíam as notícias, os jornais e as novidades transmitidas pelos tripulantes.*

Ou seja, assim como os caixeiros viajantes e os choferes de caminhão eram os porta-vozes da informação nas estradas do interior do Brasil, promovendo o intercâmbio cultural entre os centros urbanos e a hinterlândia brasileira, os navegadores do São Francisco - que eram os barqueiros: comerciantes e gerentes das *barcas de figura*; e os remeiros: trabalhadores subordinados aos barqueiros, contratados para o trabalho de condução das embarcações - eram também porta-vozes das notícias e novidades que chegavam ao semiárido brasileiro trazidas dos pontos de convergência das embarcações na região sudeste, que por sua vez já se comunicava, por meio de ramais hidro-rodo-ferroviários, com centros urbanos como Rio de Janeiro e São Paulo, além da conexão com regiões integradas ao ciclo do ouro, em Minas Gerais.



Figura 59: Revista *O Cruzeiro*, de 1947, pautou as Carrancas do São Francisco, com texto de Teóphilo de Andrade e fotos de Marcel Gautherot. Relações entre as manifestações da cultura popular e os meios massivos de comunicação são objetos de estudo da Folkcomunicação. Fonte: Exposição *A Viagem das Carrancas*. Reprodução do autor: 10/03/2016.

Juntos, os barqueiros e remeiros formavam um categoria de mercadores do rio, levando e trazendo produtos para abastecer as vilas, povoados e cidades ribeirinhas do São Francisco, ao passo que também propiciavam o intercâmbio cultural nos cerca de 2.605 quilômetros de hidrovias articuladas com estradas e ferrovias, em uma área de

aproximadamente 640.000 km<sup>2</sup> que constitui a Bacia Hidrográfica do São Francisco. Assim, vê-se que desde suas origens (as mais remotas) apresentadas na primeira parte deste trabalho, a manifestação cultural das Carrancas remete ao processo de comunicação popular explicado por Beltrão (1980, p. 27-28), no âmbito das primeiras formulações da teoria da Folkcomunicação - e não obstante as posteriores atualizações conceituais -, que segundo ele:

É, por natureza e estrutura, um processo artesanal e horizontal, semelhante em essência aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência por sua vez conhecida psicológica e vivencialmente pelo comunicador, ainda que dispersa.

A terceira justificativa que insere a manifestação cultural das Carrancas no rol dos objetos de estudo da Folkcomunicação encontra relação com a versão mercadológica atribuída às suas origens, qual seja a de que as esculturas seriam usadas nas proas das embarcações para atrair a atenção das populações ribeirinhas e persuadi-las ao consumo dos víveres e mantimentos negociados pelos barqueiros durante as viagens no curso do rio, quando as *barcas de figura* atracavam nas dezenas de vilas, povoados e cidades às margens do São Francisco e as populações aproximavam-se para ver de perto as enormes Carrancas que sobressaíam das proas das embarcações, quando tornavam-se consumidores em potencial dos produtos expostos. Versão reafirmada por diversos autores. (CASCUDO, 2012; MAMMÌ, 2015; NEVES, 1998; PARDAL, 1974).



Figura 60: Mestre Francisco Biquiba Dy Lafuente Guranay, em documentário exibido pela TV Brasil. Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=IXCiB5Z1WQA>

Essa versão, que postula uma estratégia rudimentar de comunicação mercadológica como motivação para o surgimento das Carrancas no Vale do São Francisco, concatena-se ainda mais diretamente com as pesquisas em Folkmarketing,

linha de estudos da Folkcomunicação desenvolvida por Lucena Filho com o intuito de investigar as relações entre Folkcomunicação, Marketing e Relações Públicas. (1998, 2008, 2009, 2012).

Assim como os ex-votos são embrionários nas pesquisas de campo da Folkcomunicação. (BELTRÃO, 1971, 1980, 2004) e assim como Lucena Filho (2013), ao referir-se às esculturas dos ex-votos aponta "informações da cultura coletiva, por vezes rudimentares, no universo simbólico cotidiano e representativo da vivência dos mais variados segmentos populares da sociedade brasileira", assim também se encontra nas esculturas centenárias das Carrancas semelhantes informações referentes à cultura coletiva e ao cotidiano das populações ribeirinhas do Vale do São Francisco.

Sobre a cultura dos ex-votos, que é disseminada no nordeste como um todo, os escultores do Vale do São Francisco também recebem encomendas de membros do corpo nos meses de peregrinação aos diversos santuários espalhados pelos sertões, como explica Roque Santeiro, ao referir-se a essa modalidade de esculturas:

Em termos de religião, na época de festa [...] o que mais acontece é o seguinte: não é a arte sacra, é a peça de ex-votos, quem tem fé vem encomendar... por exemplo, vai acontecer a festa de padre Cícero no Ceará... Dois meses antes aparece aqui pra você fazer: cabeça; pé; braço, tórax, tudo... Então são aquelas pessoas que estavam enfermas... e alcançou a graça... e fez essa promessa de deixar o rosto dele... essa cabeça lá no Ceará... Então isso acontece com certeza,,, quando chega dois meses antes da festa do padroeiro da cidade, sempre tem alguém encomendando uma parte do corpo pra ir deixar no altar desse santo dessa região. (entrevista concedida em 14/09/2013, grifo nosso).

Mas voltando às antigas *figuras de barca*, é lícito inferir que já em suas origens a manifestação cultural das Carrancas teria ocorrido como uma tentativa pré-moderna dos ribeirinhos do São Francisco de usarem uma expressão da arte popular para fins mercadológicos. Seguindo esse raciocínio, as Carrancas já teriam surgido como um processo folkcomunicacional que lançava mão da comunicação persuasiva para a conquistar mercados, ou seja, como uma espécie de estratégia rudimentar de Folkmarketing aplicada à atividade mercantil, por ocasião do transporte e comércio de mercadorias no rio São Francisco, em barcas que funcionavam como verdadeiros empórios flutuantes.

Definida por Beltrão (1971, p.15) como "processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore". Além da análise dos conteúdos, dos canais e da recepção no âmbito da comunicação popular, ou seja da comunicação efetivada pelos setores subalternos da sociedade, a Folkcomunicação investiga as estratégias de comunicação utilizadas pelos protagonistas da cultura popular, seu simbolismo e seu significado expressos através da arte popular, e a forma como esses artistas evocam tais manifestações, utilizando-as como canal de expressão de sentimentos, opiniões, intenções, persuasões e articulações com as demais instâncias da sociedade. Tais estratégias visam à inserção dos interesses das populações marginalizadas na esfera das demandas sociais, econômicas e culturais da sociedade.



Figura 61: Ana das Carrancas em reportagem do programa Globo Rural exibida em 1982, já ganhava repercussão nacional com suas Carrancas modeladas no barro. Fonte: <http://g1.globo.com/natureza/noticia/2016/03/velho-chico-produz-muitas-riquezas-e-guarda-belezas-surpreendentes-na-ba.html>.

Em sua etimologia, o termo Folkcomunicação une o prefixo *folk* ao conceito de Comunicação. O primeiro termo tem origem no inglês *folk*, que significa "povo". Unido à palavra comunicação, o termo ganha o significado de *comunicação popular*. O prefixo *folk* também deu origem a palavra *folklore*. De acordo com Luyten (2006, p. 39, grifo nosso), "ainda em 1846, o arqueólogo inglês William John Thoms criou a palavra *Folklore* significando o *saber tradicional do povo*".

A partir dessa rede semântica, que reúne três conceitos correlatos, quais sejam o *saber* - nesse sentido, o saber advindo da herança cultural; o *povo* e a *comunicação*, foi que o jornalista e professor pernambucano Luiz Beltrão fundou a teoria da Folkcomunicação, que em sua essência busca analisar e compreender as relações entre o *povo*, sua *cultura* (conhecimentos e saberes) e sua *comunicação*.

No âmbito da Antropologia, uma das abordagens das *teorias idealistas*, que consideram a cultura como um *sistema cognitivo*, recorre ao termo *folk* para designar

seu campo de pesquisas. Segundo Laraia (2004, p. 60, grifo nosso), "esta abordagem antropológica tem se distinguido pelo estudo dos sistemas de classificação de *folk*, isto é, a *análise dos modelos construídos pelos membros da comunidade a respeito do seu próprio universo*".

### 7.1. Comunicação e cultura: saberes em construção

O conceito de Comunicação é amplo e complexo, por se tratar de uma ação que possibilita a transmissão de conhecimentos e, conseqüentemente, a formação de culturas. Portanto, para se conceituar o termo *comunicação*, convém apresentar antes o conceito de *cultura*, tendo em vista se tratarem de termos transversais em suas essências.

A cultura pode ser representada, grosso modo, como o arcabouço das realizações humanas na terra. Etimologicamente, a palavra provém "do latim *cultura*, ação de cultivar o solo; [por extensão,] desenvolvimento de faculdades do intelecto por meio de práticas apropriadas". (RÜDIGER, 2009, p. 84). Mas para além da etimologia do termo:

Cultura, vendo bem, não é nada que se possa definir objetivamente, mas uma relação social mediada por certos bens, a começar por nossos corpos, investidos de uma certa semântica. Os romanos absorveram dos gregos o entendimento de que somos passíveis de aperfeiçoamento livre e individualizado, em meio a certas condições de socialização. A convicção de que isso deve ser objeto de cuidado e é um direito de toda espécie só se estabeleceu, porém, na era burguesa, quando a ideia latina de agricultura, cultivo da terra, ensejou o aparecimento da ideia de cultura, cultivo e aperfeiçoamento do ser humano. (Ibid.).

Laraia (op. cit., p. 25) também apresenta esse marco histórico conceitual para o termo cultura a partir da sua acepção em confronto com o termo civilização, diferenciação processada desde o advento do Iluminismo, do Humanismo e da ascensão dos valores burgueses no ocidente. Como explica o autor:

No final do século XVIII e no princípio do seguinte, o termo germânico *Kultur* era utilizado para simbolizar todos os aspectos espirituais de uma comunidade, enquanto a palavra francesa *Civilization* referia-se principalmente às realizações materiais de um povo. Ambos os termos foram sintetizados por Edward Tylor (1832-1917) no vocábulo inglês *Culture*, que tomado em seu amplo sentido etnográfico é este todo complexo que inclui conhecimentos, crenças,

arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade adquirida pelo homem como membro de uma sociedade. Com essa definição Tylor abrangia em uma só palavra todas as possibilidades de realização humana, além de marcar fortemente o caráter de aprendizado da cultura em oposição à ideia de aquisição inata, transmitida por mecanismos biológicos.

Segundo Lévi-Strauss (apud LARAIA, 2009, p. 54), "a cultura surgiu no momento em que o homem convencionou a primeira regra, esta seria a proibição do incesto, padrão de comportamento comum a todas as sociedades humanas", enquanto que para White (apud LARAIA, 2009, p. 55), a passagem do estado animal para o humano ocorreu quando o cérebro do homem foi capaz de gerar símbolos:

Todo comportamento humano se origina no uso de símbolos. Foi o símbolo que transformou nossos ancestrais antropóides em homens e fê-los humanos. Todas as civilizações se espalharam e perpetuaram somente pelo uso de símbolos. [...] Toda cultura depende de símbolos. É o exercício da faculdade de simbolização que cria a cultura e o uso de símbolos que torna possível a sua perpetuação. Sem o símbolo não haveria cultura e o homem seria apenas animal, não o ser humano. [...] O comportamento humano é o comportamento simbólico.

Em relação às modernas teorias antropológicas que abordam o conceito de Cultura, Keesing (apud LARAIA, 2009, p. 59-60) refere-se inicialmente às teorias que consideram cultura como um *sistema adaptativo*, advogando que:

(1) Culturas são sistemas (de padrões de comportamento socialmente transmitidos) que servem para adaptar as comunidades humanas aos seus embasamentos biológicos. Esse modo de vida das comunidades inclui tecnologias e modos de organização econômica, padrões de estabelecimento, de agrupamento social e organização política, crenças e práticas religiosas e assim por diante; (2) Mudança cultural é primariamente um processo de adaptação equivalente à seleção natural. O homem é um animal e, como todos animais, deve manter uma relação adaptativa com o meio circundante para sobreviver. [...]; (3) A tecnologia, a economia de subsistência e os elementos da organização social diretamente ligados à produção constituem o domínio mais adaptativo da cultura. [...] e (4) Os componentes ideológicos dos sistemas culturais podem ter consequências adaptativas no controle da população, da subsistência, da manutenção do ecossistema etc.

Já entre as *teorias idealistas de cultura*, que abordam a cultura como *sistema cognitivo*, além dos estudos do *folk*, já mencionados, há ainda outras duas abordagens.



Uma delas considera cultura como *sistemas estruturais*, tendo sido desenvolvida por Lévi-Strauss, que define cultura como um "sistema simbólico, uma criação acumulativa da mente humana". (Ibid., p. 61). E para a terceira e última abordagem a cultura deve ser considerada:

Não como um complexo de comportamentos concretos mas um conjunto de mecanismos de controle, planos, receitas, regras, instruções para governar o comportamento. Para Geertz, os símbolos e significados são partilhados pelos atores (os membros do sistema cultural) entre eles, mas não dentro deles. São públicos e não privados. [...]. Estudar a cultura é portanto estudar um código de símbolos partilhados pelos membros dessa cultura. Assim procedendo, Geertz considera que a antropologia busca interpretações. Com isto, ele abandona o otimismo de Goodenough que pretendeu captar o código cultural em uma gramática; ou a pretensão de Lévi-Strauss em decodificá-lo. A interpretação de um texto cultural será sempre uma tarefa difícil e vagarosa. David Schneider tem uma abordagem distinta, embora em muitos pontos semelhante da de Geertz. [Para ele], "cultura é um sistema de símbolos e significados. Compreende categorias ou unidades e regras sobre relações e modos de comportamento. O status epistemológico das unidades e coisas não depende de sua observabilidade: mesmos fantasmas e pessoas mortas podem ser categorias culturais". (KEESING apud LARAIA, op. cit., p. 62-63).

Laraia (Ibid,) conclui que a discussão em torno do conceito de Cultura não terminou, "continua ainda, e provavelmente nunca terminará, pois uma compreensão exata do conceito de cultura significa a compreensão da própria natureza humana, tema perene da incansável reflexão humana".

Quanto a Comunicação, sua origem etimológica vem do latim *communicatio*, que significa "estabelecer uma relação com alguém mas também com um objeto cultural". (MARCONDES FILHO, 2009, p. 63). Em sentido lato, de acordo com Stevens (apud BARBOSA; RABAÇA, 2001, p. 156), a "comunicação é a resposta discriminativa de um organismo a um estímulo. Ocorre comunicação quando alguma perturbação ambiental (o estímulo) vai de encontro a um organismo e o organismo faz alguma coisa a esse respeito". Para Dewey (apud BARBOSA; RABAÇA, 2001, p. 156):

A comunicação é um processo de partição da experiência para que se torne patrimônio comum. Ela modifica a disposição mental das duas partes associadas. A sociedade não só continua a existir pela transmissão, pela comunicação, como também se pode perfeitamente dizer que ela é transmissão e comunicação.

A definição supra tem o mérito de evocar a partição das experiências como forma de construção de um patrimônio em benefício de toda sociedade. No entanto, permanece a predominância na ação do emissor e no processo de transmissão. Ou seja, apesar de Dewey antecipar um esboço do que posteriormente viria a compor o conceito de *feedback*<sup>34</sup>, ao lembrar que a comunicação "modifica a disposição mental das duas partes associadas", o autor não considera a hipótese de que haja a comunicação sem que necessariamente haja a mencionada *modificação nas partes associadas*.

Afinal, o *feedback* pode assumir diversos contornos. Pode ser o silêncio ou a não resposta, como pode ser também a anuência, ou a recusa, ou mesmo o desprezo às ideias proferidas, caracterizando-se em alguns desses casos como uma tipo de *feedback* negativo, ou seja, a não anuência à modificação mental sugerida pela mensagem, pois o processo de comunicação pode se concretizar com a compreensão ou decodificação da mensagem sem que o interlocutor necessariamente se manifeste a favor ou contra o que propõe o seu conteúdo, agindo com indiferença, o que se caracteriza como uma resposta na qual não há modificação do estado mental inicial do receptor.

Outro equívoco na definição de Dewey é o fato do autor restringir o fluxo da mensagem a duas partes envolvidas, negligenciando em seu conceito os encontros comunitários, as conferências e as reuniões nas quais várias discussões acontecem simultaneamente, culminando em deliberações comuns, ainda que não sejam unânimes, como no caso das assembleias, nas quais diversas subcategorias podem estar envolvidas no processo comunicacional.

No âmbito das primeiras pesquisas em comunicação, uma série de outras definições e modelos ampliaram o conceito inicial, mas, no início, sempre mantendo o foco no emissor, nas mensagens, ou no funcionalismo dos meios, em virtude da influência do paradigma positivista que reinou nas ciências sociais desde o início do século XX, principalmente nas pesquisas em comunicação financiadas por veículos e

---

<sup>34</sup> Os princípios do *feedback* e do servomecanismo foram desenvolvidos pela cibernética com vistas à automação, ao controle e comando de máquinas e operações, sem a necessidade de intervenção humana. O termo é utilizado pela informática em referência à comunicação de dados, definido como o "processo de controle, pelo qual o resultado (saída, *output*) do desempenho de um sistema é programado para atuar sobre o impulso alimentador (entrada, *input*) do mesmo sistema, estabelecendo correções a partir dos erros verificados". Em comunicação corresponde aos "indícios informativos (percebidos pelo emissor) da reação do receptor ante a mensagem que lhe foi transmitida. [...]. Tal como ocorre nos processos cibernéticos, também na comunicação interpessoal o *feedback* ajuda à fonte apurar os resultados obtidos na transmissão da mensagem, em relação aos seus objetivos iniciais". (BARBOSA; RABAÇA, 2001, p. 303). O termo pode ser traduzido também como retorno, retroalimentação ou retroinformação etc.

agências massivos de comunicação, primeiro com a teoria Hipodérmica, cujas mensagens impactantes almejavam resultados previsíveis com base na manipulação, tida como certa e eficaz, promovida pelos meios de comunicação.

Seguindo a mesma corrente, o modelo matemático dos engenheiros de telecomunicações Claude Shannon e Warren Weaver consolidou ainda mais a perspectiva positivista nas pesquisas em comunicação, ao passo que, em 1948, o pesquisador norte-americano Harold Lasswell introduziu variáveis qualitativas em um modelo que buscava saber *quem? diz o que? por qual canal? com que efeito? para quem?*.

Os pressupostos da teoria Funcionalista, também chamada de *Mass Communication Research*, atribuídos principalmente ao austríaco Paul Lazarsfeld e aos norte-americanos Robert Merton e Bernard Berelson, ganharam visibilidade na década de 1930. Antes, porém, Lazarsfeld chegou a tabular e interpretar pesquisas no então Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, a Escola de Frankfurt, onde eram engendrados os primeiros estudos em sociologia, que mais tarde desaguaram também nas pesquisas em Comunicação. (FERREIRA, 2009, p. 224).

No curto espaço em que permaneceu em Frankfurt, Lazarsfeld teve a companhia de Max Horkheimer, um dos precursores da Teoria Crítica. Entretanto, convidado pela Fundação Rockefeller, Lazarsfeld migra para os Estados Unidos e em 1933, em parceria com Robert Merton, elabora os pressupostos da teoria Funcionalista, na qual os meios de comunicação foram encarados como um mecanismo de reforço dos modelos sociais de comportamento. Os estudos dos efeitos, aos poucos, passam da pergunta "o que é que os *mass media* fazem as pessoas?" para a pergunta "o que é que as pessoas fazem com os *mass media*?". De acordo com Ferreira (2009, p. 224):

A *Mass Communication Research* vai contrapor-se à relação causal direta entre propaganda e manipulação da audiência proposta pelo modelo inicial da teoria Hipodérmica proposto por Lasswell. A partir de pesquisas empíricas e estudos quantitativos com audiências na década de 1940, Lazarsfeld descobriu elementos intermediários entre o ponto inicial e o ponto final do processo de comunicação. Esses elementos desmentiriam os supostos efeitos diretos e imporiam limites ao poder de influência dos meios de comunicação. Lazarsfeld, na pesquisa, passa a insistir num "processo indireto de influência", onde as dinâmicas sociais se intersectam com os processos comunicativos. [...] A teoria do *Two-Step Flow of Communication*, ou Teoria dos Dois Níveis [descobriu] o papel desempenhado pelos líderes de opinião, de grupos e comunidades, as verdadeiras mediações entre os meios de comunicação e os indivíduos menos interessados, ou seja, os *mass*

*media* devem levar em consideração, além de técnicas persuasivas, o fator da influência pessoal.

Já a Teoria Crítica, fomentada a partir de 1923, trouxe à baila a exposição dos interesses ideológicos e capitalistas das grandes empresas de comunicação, descortinados por meio de investigações científicas de inspiração marxista. Também é referida como Escola de Frankfurt, mas este último termo só foi endossado nas décadas de 1950 e 1960 por Theodor Adorno e Max Horkheimer. (KURTZ, 2009, p. 121). A Teoria Crítica combateu ruidosamente o termo *comunicação de massa*, usado para se referir ao produto da moderna indústria das comunicações, já que, segundo seus adeptos, essa comunicação não era produzida nem emitida *pelas* massas e sim *para* as massas.

Assim, os adeptos da Teoria Crítica - dentre os quais se destacam nomes como Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Theodor Adorno, Walter Benjamin e Jürgen Habermas<sup>35</sup> - defenderam o termo Indústria Cultural em detrimento do conceito de comunicação de massa para se referir às mensagens produzidas e emitidas pelos modernos veículos de comunicação, atrelados ao modelo do capitalismo industrial. De acordo com Barbosa e Rabaça (2001, p. 173, grifo do autor):

A difusão de mensagens pelos [meios de comunicação de massa] MCM gera a *cultura de massa*, conceito que também inspira controvérsias. Alguns teóricos, como Adorno e Horkheimer, chegam a discordar do próprio uso da expressão cultura de massa (pois essa pode levar à compreensão enganosa de ser uma "cultura surgida espontaneamente das próprias massas, ou seja, uma forma atual de arte popular), e propõem em seu lugar a expressão indústria cultural, para desmascarar, neste conceito, as concepções ideológicas que proliferam no campo dos MCM. "As massas são meros 'acessórios' da máquina. O consumidor não é rei, como pretende a indústria cultural; não é sujeito, mas seu objeto". (ADORNO).

No contexto dos Meios de Comunicação de Massa (MCM), advindo das teorias positivistas, os estudos sobre os efeitos demonstraram como são produzidas as notícias para as amplas audiências, com destaque para os conceitos de *agenda-setting*, *newsmaking* e *gatekeeper*.

---

<sup>35</sup> Em sua trajetória, [Habermas] fez investigação empírica, atuou no campo epistemológico e propôs uma teoria social com papel crítico. Em toda a sua produção permanece uma constante: o restabelecimento de uma opinião pública democrática e crítica. É o inspirador das atuais teorias latino-americanas de comunicação por ter usado o conceito de mediação (de G. H. Mead) e por ter sugerido o uso do diálogo e das relações locais para a provocação da consciência política nos receptores da comunicação.

O primeiro desses conceitos sustenta que as pessoas passam a agendar seus assuntos e conversas em função do que é veiculado pela mídia. McCombs e Shaw (apud BARBOSA; RABAÇA, 2001, p. 175) ampliaram esse conceito afirmando que "as notícias nos dizem não só sobre o que pensar, mas também como pensar".

Já o conceito de *newsmaking* pode ser definido como "o conjunto de elementos através dos quais os meios informativos controlam e geram os acontecimentos, selecionados através dos seus valores, supostamente ligados ao interesse público". (BARBOSA; RABAÇA, 2001, p. 175). Já a hipótese do *gatekeeper*:

Demonstra que na produção de mensagens da comunicação de massa há uma série de escolhas onde o fluxo de informações é filtrado, tem que passar por diversos portões (*gates*), que são áreas de decisão nas quais o *gatekeeper* (editor, jornalista, diretor de programação, etc.) seleciona se um determinado assunto vai ser focalizado ou não. Segundo Mauro Wolf, as exigências organizativas e estruturais e as características técnico-expressivas, próprias de cada meio de comunicação de massa, são elementos fundamentais para a determinação da reprodução da realidade social fornecida por esses veículos. (Ibid.).

Em seus estudos concomitantes, Tulio de Mauro e Umberto Eco apresentaram o modelo binário de codificação das mensagens, enquanto que no âmbito do "confronto das diversas posições desfavoráveis e favoráveis à comunicação de massa, Umberto Eco procurou relacionar os principais argumentos de parte a parte", como afirmam Barbosa e Rabaça (Ibid., p. 173), ao se referirem à síntese do escritor italiano sobre visões e paradigmas opostos em relação aos efeitos dos meios de comunicação massivos, compilada na obra *Apocalípticos e Integrados*.

E encerrando algumas das principais vertentes conceituais do termo Comunicação, ao ampliarem sua definição, certos autores acrescentam o elemento simbólico, o imaginário, a fantasia, as expressões criativas, as oblitterações etc. como formas de constituição das mensagens, agregadas aos conteúdos. Weaver (apud BARBOSA; RABAÇA, op. cit., p. 156), afirma que "a comunicação envolve não somente a linguagem escrita e oral, como também música, artes pictóricas, teatro, balé e, na verdade, todo componente humano".

Para Sapir (apud BARBOSA; RABAÇA, op. cit., p. 157), comunicação é "integração intuitiva dos simbolismos relativamente inconscientes dos gestos, ideias e comportamento da cultura de alguém". Berelson e Steiner (apud BARBOSA;

RABAÇA, op. cit., p. 156) a definem como "transmissão de informações, ideias, emoções, habilidades etc., por meio do uso de símbolos - palavras, imagens, figuras, gráficos etc.". Segundo Menezes (apud BARBOSA; RABAÇA, op. cit., p. 157):

Comunicação significa 'estar em relação com'. Representa a ação de por em comum, de compartilhar as nossas ideias, os nossos sentimentos, as nossas atitudes. Nesse sentido, identifica-se com o processo social básico: a interação. É uma troca de experiências socialmente significativas; é um esforço para a convergência de perspectivas, a reciprocidade de pontos de vista e implica, dessa forma, certo grau de ação conjugada ou cooperação. Para tanto, toda sociedade adota um conjunto de signos e de regras que, por força das convenções tácita e coletivamente aceitas, deixa de ser arbitrário.

Para Barbosa e Rabaça (op. cit., p. 155-156, grifo do autor), o significado de comunicação é "*partilhar, repartir, associar, trocar informações, conferenciar*. Implica participação, interação, troca de mensagens, emissão ou recebimento de informações novas". Nesse sentido, entende-se comunicação como uma ação cotidiana, ao se tornar comum, partilhar, repartir, associar colocam-se em prática ações engendradas pelo imaginário e vivenciadas no cotidiano, como já ensinaram Maffesoli (1996; 1998; 2001 apud SILVA) e Certeau (op. cit.).

Da "comunicação entre culturas", aludida por Maciel (op. cit.), surgem as identidades e o fluxo simbólico presentes no processo de interação entre culturas, sem que delas se perca a aura original. A "aura do imaginário" de que falou Maffesoli (2001, p. 76-77): "O cimento social. [...] a aura que ultrapassa e alimenta a cultura".

Quanto às teorias contemporâneas, parte das pesquisas em Comunicação focam na recepção, na mediação e na investigação empírica, das quais se ocupam principalmente os *Estudos Culturais*, a *Escola Latino-americana* e a *Folkcomunicação*. Embora provenientes de paradigmas científicos distintos, ora divergentes, ora convergentes em suas trajetórias históricas, observa-se como ponto convergente entre essas teorias o fato da comunicação ser analisada no âmbito da relação entre culturas e da produção e do consumo cultural.

Os Estudos Culturais foram fomentados inicialmente pela Escola de Birmingham, em meados da década de 1960. De acordo com Escosteguy (2009, p. 117-118, grifo nosso), são quatro os eixos que estruturam seu campo de atuação: "*ideologia, hegemonia, a cultura popular* e sua capacidade de resistência e, finalmente, as *identidades*, entendidas como a maneira como os indivíduos estruturam ou têm

estruturada sua subjetividade e modos de ser". Os integrantes do chamado quarteto de Birmingham, principais expoentes dos *Cultural Studies*, são Richard Hoggart, Raymond Williams, E. P. Thompson e Stuart Hall.

Quanto a Escola Latino-Americana, somente a partir da década de 1980 foi que ascenderam seus principais postulados, baseados em estudos concentrados no México e na Colômbia e outras pesquisas levadas a cabo em diversos países latino-americanos, como Argentina, Brasil, Peru, México e Colômbia. Seus estudos abrangem as mediações, ou seja, os fluxos intervenientes entre produção e recepção das mensagens e suas asserções são baseadas na análise do consumo de bens culturais entre as populações, tendo como referencial o conceito de hegemonia de Gramsci.

As principais obras da Escola Latino-Americana abordam, dentre outros, os estudos das *mediações*, propostos pelo espanhol naturalizado colombiano Jesús Martín-Barbero; a formulação do conceito de *hibridização*, desenvolvido pelo argentino Néstor García Canclini, e os estudos de *recepção*, realizados pelo mexicano Guillermo Orozco Gómez. De acordo com Escosteguy (op. cit., p. 118), a partir de então "abre-se a porta para a realização de estudos empíricos de recepção, em franca ruptura com o aporte estruturalista".

O diálogo entre os três aportes teóricos contemporâneos que abordam a ciência das Comunicações e suas imbricações com a cultura popular, no intercâmbio com as culturas erudita e massiva, quais sejam a *Folkcomunicação*, os *Cultural Studies* e a *Escola Latino-Americana*; e que no âmbito da recepção, investigam as expressões e estratégias de comunicação colocadas em tela pelos agentes e meios da cultura popular e do folclore, tem contribuído no sentido de ampliar a compreensão da comunicação entre as culturas e entre o tradicional, o moderna e o pós-moderno.

Cerca de uma década antes do surgimento da Escola Latino-Americana e em concomitância com as primeiras formulações teóricas engendradas na Europa pelos *Cultural Studies*, os estudos que relacionam a comunicação, o folclore e as demais manifestações da cultura popular já davam seus primeiros passos no Brasil, encontrando um caminho próprio com a fundação da teoria da Folkcomunicação, a partir da defesa da tese de doutorado do professor Luiz Beltrão, em 1967, na Universidade de Brasília, intitulada: *Folkcomunicação: um estudos dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*.

Não obstante em sua tese, haver a influência inicial da teoria Funcionalista da

comunicação, Beltrão ensejou também pesquisas empíricas e de recepção no Brasil, apontando e analisando as mensagens oriundas das camadas marginalizadas e das populações rurais e periféricas.

O advento dos meios de comunicação de massa já era uma realidade na época em que Beltrão desenvolveu seus estudos. O pesquisador formulou sua teoria, na década de 1960, cercado pela expansão e modernização desses meios massivos que se multiplicaram a partir de então no país. Entrementes, o pesquisador investiu no estudo da comunicação de uma parcela da população que não era observada sob o ponto de vista da formulação de suas mensagens.

Mesmo sem estabelecer, em princípio, qualquer intercâmbio com os precursores dos *Cultural Studies*, Beltrão exaltava a necessidade de se compreender as estratégias comunicacionais colocadas em prática pelas populações localizadas às margens das instâncias dirigentes e das elites econômicas, como forma dessas populações expressarem opiniões e anseios explícitos e implícitos, contextuais ou subliminares, enfim, como forma de se expressarem por meio da *cultura popular*.

Assim, Beltrão tentou conceder às pesquisas sobre as mensagens provenientes das expressões folclóricas e manifestações da cultura popular um espaço equivalente ao que as pesquisas em *mass media*, de cunho funcionalista, já ocupavam no meio acadêmico. Enquanto isso, na Europa, e, bem depois, em alguns países da América Latina, como México e Colômbia, insatisfeitos com a visão mecanicista das comunicações:

Que mostra a recepção simplesmente como uma etapa, como também com as perspectivas que reificam o receptor, observando-o tão somente como um consumidor passivo e alienado de mercadorias massivas, a tradição de pesquisa em recepção e estudos culturais passa a estudar o fenômeno mediático a partir da construção social de significados no cotidiano. (ESCOSTEGUY, op. cit., p. 117).

No Brasil, seguindo uma metodologia diversa, Beltrão funda os pilares da Folkcomunicação, teoria que, segundo Amphiló (2013, p. 988-989), "analisa os processos comunicacionais e sua mensagem crítica e ideológica, averiguando o discurso das práticas culturais e suas representações simbólicas".

As convergências e divergências metodológicas, os significados e as informações já circulavam com um pouco mais de fluidez na década de 1960, mas o



fato de que a cultura operária inglesa da segunda metade do século XX; a cultura rural brasileira do mesmo período e a cultura urbana periférica, resultante da industrialização tardia da América Latina, ocupassem o mesmo nível de procedência, em termos de localização de seus protagonistas na pirâmide social e inspirassem teorias comunicacionais apoiadas em análises da produção e do consumo cultural, no âmbito dos estudos de recepção e da pesquisa empírica; dos estudos dos efeitos e das mediações, pesquisas essas engendradas em contextos paralelos, embora dessemelhantes, pode ser atribuído ao que na antropologia é denominado de *paralelismo cultural*. Afinal, como lembra Laraia (op. cit., 47):

Ao mesmo tempo em que Santos Dumont tentava realizar o seu voo com um aparelho mais pesado que o ar, do outro lado do oceano, dois irmãos, utilizando os mesmos conhecimentos e a mesma experiência, tentaram e conseguiram o mesmo feito. O mesmo ocorreu com um certo matemático que, ao terminar de redigir a sua tese de doutoramento e se preparar para editá-la, descobriu em uma revista europeia um artigo, escrito por um outro matemático com o qual não teve o menor contato, que sintetizava toda a sua tese. A explicação para esse fato é muito simples: comparando-se a bibliografia utilizada por cada um descobriu-se serem ambas muito semelhantes. Assim, diante de um mesmo material cultural, dois cientistas agindo independentemente chegaram a um mesmo resultado.

Para Lévi-Strauss (apud LARAIA, p. 61):

Os paralelismos culturais são explicados pelo fato de que o pensamento humano está submetido a regras inconscientes, ou seja, um conjunto de princípios - tais como a lógica de contrastes binários, de relações e transformações - que controlam as manifestações empíricas de um dado grupo.

Amphilo (op. cit., p. 988-989) explica, no entanto, que a teoria da Folkcomunicação apresentou inicialmente uma "ambiguidade epistemológica", no sentido de que seu precursor, por um lado, focou sua tese de doutorado na análise dos motivos que levavam as massas a não aceitarem o discurso proferido pelos meios massivos, que visavam à difusão do modelo econômico de desenvolvimento industrial moderno, atrelado aos interesses das classes dominantes e dirigentes.

Por outro lado, Beltrão incorporou à sua análise as estratégias e conteúdos comunicacionais oriundos das populações rurais e suburbanas do Brasil. Porém, segundo Amphilo (Ibid.), "sem adentrar na discussão crítica e no aprofundamento

ideológico".

De acordo com a maioria dos estudiosos da obra de Beltrão, esse aspecto se deveu ao momento político no qual se desenvolveram suas primeiras pesquisas, quando o Brasil sofria o ápice da repressão imposta pela ditadura militar, implacável com toda e qualquer temática que suscitasse vinculações com interesses das populações menos favorecidas econômica e socialmente, consideradas subversivas e comunistas, o que era inadmissível para o regime ditatorial de então. De fato, a tese de Beltrão foi considerada subversiva e teve inclusive seu título original e parte de seu conteúdo alterado para obter autorização de publicação, como explica Luyten (op. cit., p. 41):

Este estudo veio a ser publicado, embora parcialmente, pela editora Melhoramentos, em 1971, sob o título de *Comunicação e folclore*. Nota-se que nem a palavra - "Folkcomunicação" aí aparece. Somente muito mais tarde, em 2001, por insistência de José Marques de Melo, a tese de Beltrão é publicada na sua íntegra pela editora PUC de Porto Alegre com o nome de *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*.

As ideias tidas como subversivas eram reprimidas com violência na época. Os intelectuais *suspeitos* de divulgá-las eram perseguidos. De modo que, como advogam os herdeiros intelectuais do fundador da Folkcomunicação, e até mesmo os críticos da teoria, Beltrão pode ter se sentido tolhido em submeter uma análise mais crítica ante o contexto social, econômico e político da época, embora, como aponta Amphilo (Ibid., p. 989), não faltassem categorias marxistas em suas análises.

Ao constatar que o povo não estava reagindo positivamente ao estímulos dos meios massivos, no entanto, Beltrão questiona: "se o povo não reage as sugestões que lhes são feitas, há duas possibilidades: ele não compreendeu a mensagem e por isso não reagiu, ou a mensagem não atende as suas necessidade e reivindicações". (BELTRÃO, 2001, apud AMPHILO, p. 988).

A autora esclarece ainda outros aspectos dessa ambiguidade, característica do engendramento da teoria, mas que é justificada em seguida, na medida em que sua concepção inicial é submetida à investigação de campo, quando Beltrão observa que os subalternos, os marginalizados, os humildes também lançavam mão de estratégias próprias de comunicação para persuadir seus interlocutores e influenciar seu meio, ainda que para isso, mesclassem suas estratégias com as demais mensagens e fontes de informação massiva, precisamente, na época, o rádio, os jornais e a TV, esses dois

últimos, a bem da verdade, ainda praticamente inacessíveis às camadas populares na década de 1960. Ainda de acordo com Amphiló (op. cit., p. 988-989):

Há que lembrar que, ao que nos parece, Beltrão está preocupado em saber por que o povo não atende às mensagens do governo, que por sua vez veicula os anseios da classe dominante da época para fazer com que a população menos culta aceite princípios e normas de mudança social, visando ao progresso do país. [...] Beltrão segue o funcionalismo norte-americano ao declarar sua preocupação com a *mudança de atitude*, ou seja com o investimento em uma comunicação mais eficiente e eficaz. (Ibid., grifo do autor).

Para Beltrão, afirma Amphiló (Ibid., grifo nosso), "a mensagem tem função, *não* de mudar, mas de reforçar atitudes preexistentes, ou seja, a força persuasiva está no grupo, cujos líderes de opinião atuam como pessoas mais esclarecidas". Não obstante essa afirmação denote uma mudança no modo de encarar a audiência, que não seria mais enxergada como uma unidade amorfa e inerte, como havia sido na teoria Hipodérmica, ao recorrer ao conceito de líder de opinião, Beltrão demonstra a influência das ideias de Lazarsfeld nesse contexto da sua obra, ao passo que há também no autor brasileiro a preocupação com o conteúdo e o significado das mensagens advindas das camadas excluídas e marginalizadas da população, como ficou claro em sua análise sobre o caráter subliminar das mensagens presentes na manifestação cultural-religiosa dos ex-votos.

É fato que a Teoria dos Dois Níveis e o conceito de líder de opinião influenciaram as primeiras formulações de Luiz Beltrão durante a concepção da teoria da Folkcomunicação, além dos estudos do norte-americano Wilbur Schramm, também considerado um dos fundadores da *Mass Communication Research*, que dentre outras influências, serviu ao paradigma difusionista<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> Não foi nenhum teórico das comunicações, mas o educador, filósofo e escritor pernambucano Paulo Freire (1921-1997) o primeiro a se contrapor ao modelo *difusionista* de extensão rural implementado no Brasil, que por meio de estratégias de comunicação massiva buscou influenciar as populações rurais na adesão ao paradigma industrial da agricultura, no qual os extensionistas rurais difundiam informações e ilustrações em linguagem publicitária com o intuito de ensinar e incentivar o uso de tecnologias exógenas e de insumos químicos industriais na produção rural. Nesse sentido, Freire (1977) promoveu uma revisão crítica e teórica dos princípios difusionistas e defendeu a comunicação dialógica e horizontal como alternativa de empoderamento das populações rurais, na qual os conhecimentos dos camponeses eram percebidos em conjunto, de maneira holística, e não em detrimento em relação às inovações tecnológicas e informações científicas dos engenheiros agrônomos e demais extensionistas. Na obra *Extensão ou Comunicação?* (1977), Freire contesta a visão hegemônica e doutrinária investida em metodologias de extensão rural, muitas das quais financiadas pela indústria química de insumos agrícolas, aplicadas aos países periféricos e ex-colônias em meados do século XX. O autor retira a máscara das intenções mais dissimuladas das iniciativas que visavam convencer os camponeses a consumir tecnologias e insumos

No âmbito da Comunicação e da Extensão Rural no Brasil, assim como na América Latina, África e Ásia, o paradigma difusionista foi utilizado para implantar entre as populações rurais os hábitos de produção agrícola baseados no modelo da agricultura industrial, levando os camponeses, na maioria das vezes, a alterar suas técnicas de cultivo, sob o argumento de multiplicar a produção e os lucros, migrando para o uso de agrotóxicos e insumos químicos, atendendo aos apelos das mensagens massivas para adesão ao modelo predatório do *agribusiness*.

Por outro lado, é lícito inferir também que, além da pesquisa empírica, Beltrão foi o pioneiro nas pesquisas que associam *cultura popular* e *comunicação* no Brasil, num esforço de investigação para compreender a comunicação das pessoas simples; das populações do campo e dos subúrbios das grandes cidades. No mesmo período, no continente europeu, os Estudos Culturais começavam a ser fomentados pela Escola de Birmingham.

No entanto, além dos entraves à liberdade de expressão em face da censura da ditadura militar na época, há de se considerar que no período em que Beltrão lançou sua teoria, as pesquisas em Comunicação Social ainda se iniciavam no Brasil, e permaneciam como ciência jovem no restante do mundo. Outro fato a ser considerado é que a tese de doutorado de Beltrão encontrava-se naquela ocasião em conformidade com as linhas de pesquisa desenvolvidas por aquela instituição de ensino, como se verifica em parecer de um dos examinadores de sua tese, reproduzido por Amphilo (op. cit., p. 989, grifo nosso) a seguir:

Es preciso atender a la existencia del tipo específico de comunicación que documenta en su pesquisa y que, como subraya el doctorante *de acuerdo con los criterios de los expertos en mass communication*, presenta un carácter periodístico, por lo cual se deduce que la Folkcomunicación estudiada por el ha de ser equiparada a los otros *media* de información de acontecimientos y de expresión de ideas. (BENEYTO apud BENJAMIN, 1998, Anexo I).

Mesmo nos países onde as pesquisas avançaram mais rapidamente, as teorias de

---

considerados obsoletos em seus países de origem, ou que encontravam resistência nos países ricos em virtude dos danos causados aos seres humanos e à natureza, em nome dos lucros das corporações transnacionais, que usaram os territórios dos países chamados de subdesenvolvidos para expandirem suas produções a uma escala global. Freire (Ibid.) acusou o modelo difusionista de promover uma "invasão cultural" no meio rural brasileiro e latino-americano, através da divulgação de *slogans* e mensagens publicitárias de cunho antidialógico, que se encontravam em dissonância com os reais interesses e necessidades das populações rurais.

cunho funcionalista reinavam quase que absolutas e a própria Teoria Crítica da Sociedade, que introduziu uma visão marxista às pesquisas em comunicação e foi a primeira a se contrapor ao paradigma dos *Mass Communication Research*, só tornou público o termo Indústria Cultural pela primeira vez, em 1947, na Alemanha, ao passo que algumas das principais referências das teorias funcionalistas e estruturalistas, a exemplo da obra *People's Choice*, de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, que desmistificou o efeito previsível da audiência, defendido pelos hipodérmicos, já estava em circulação três anos antes, publicada em 1944. (FERRREIRA, 2009, p. 224).

De acordo com Kurtz (op. cit., p. 121), foi somente em sua segunda fase produtiva, entre 1949 e 1969, que a produção da Teoria Crítica voltou-se para a defesa da dialética e a famosa querela com o positivismo, e foi somente nessa segunda fase que o termo Escola de Frankfurt consolidou-se, como explica a autora:

Esse é o período do amadurecimento da crítica à razão ocidental. [...] Nessa época, consolida-se a denominação oficial de Teoria Crítica da Sociedade. Já o termo Escola de Frankfurt, será aceito e endossado por Adorno e Horkheimer nas décadas de 1950 e 1960, durante as intervenções dos teóricos no debate público iniciado na República Federal Alemã. [...] Em 1958, o comando do Instituto é entregue para Adorno, que o dirigirá até 1969, ano de sua súbita morte. [...] A produção teórica e filosófica de seus diferentes membros, individualmente ou em parcerias, como a de Adorno e Horkheimer, constituirá, de fato, as grandes obras da Teoria Crítica da Sociedade. [...] Ciro Marcondes Filho acredita que a Escola de Frankfurt deu início, oficialmente, aos estudos de comunicação de massa na cultura ocidental, num quadro marcado pela irrupção dos *mass media* na vida social, contexto que provocaria uma grande virada no pensamento filosófico.

Note-se que as primeiras inferências de Beltrão em torno da teoria da Folkcomunicação são contemporâneas até mesmo das primeiras produções da Teoria Crítica na Europa. No entanto, influências e alinhamentos teóricos à parte, o fato é que Beltrão trouxe à baila, no âmbito da ciência das Comunicações no Brasil, a preocupação com as mensagens oriundas das camadas populares da sociedade, em especial, as mensagens que estavam nas entrelinhas das manifestações da cultura popular, ampliando sua repercussão ao fundar a teoria da Folkcomunicação.

Beltrão procurou investigar empiricamente o consumo das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação massivos, mas também buscou compreender as estratégias de comunicação colocadas em prática pelas populações alijadas dos bens

materiais e culturais que eram acessíveis apenas às elites.

Assim, a Folkcomunicação agrega entre seus objetivos a compreensão do discurso das populações menos favorecidas, através da análise dos conteúdos de suas mensagens, o que, ao seu modo, e tendo em vista os *paralelismos culturais* já mencionados, remete a um campo de pesquisas semelhante ao que os Estudos Culturais começavam a praticar em Birmingham, apesar das duas Escolas seguirem trilhas diferentes, em condições e contextos político-sociais também distintos.

Como argumento para a solução do problema de pesquisa apresentado, Beltrão chama atenção para o fato de que "os costumes dessas camadas sociais, os seus meios de informação e de expressão continuam sendo ignorados em toda a sua força e verdade". (BELTRÃO, 2001, p. 62, apud AMPHILO, 2013, p. 987). De acordo com Amphilo (op. cit., p. 988-989):

A Folkcomunicação parte dos pressupostos funcionalistas [...], porém, o desenvolvimento de suas pesquisas reflete uma contradição ideológica ao integrar, na base de sua investigação, de cunho funcionalista/difusionista, *categorias marxistas*, como *superestrutura*, marginalizados, alienados, entre outras, e o entusiasmo de Beltrão ao assimilar o processo de *recomposição folclórica* do sociólogo Edison Carneiro, de linha neomarxista, que aborda a dinâmica social sobre o prisma da dialética. Com o objetivo de vencer a *incomunicação* e compreender as mensagens cotidianas dos *tribunais populares*, Beltrão cria um desvio ideológico em sua pesquisa, gerando certa confusão de ordem epistemológica, de linha investigativa para o pesquisador. [...] Compreendemos esse *desvio* de Beltrão na medida em que se dispõe a estudar os elementos do processo de comunicação popular, considerando-os em seu contexto, mas se perde da proposta difusionista de mudança de atitude, integração nacional e inclusão social. Para realizar um estudo sistemático sobre a comunicação popular no Brasil, Beltrão julga necessário pesquisar, em primeiro lugar, o ser humano em seu contexto histórico e social, para então identificar os grupos sociais, seus líderes de opinião, seus mecanismos de persuasão, suas mensagens, suas linguagens, metalinguagens e discursos. Assim, Beltrão desvia-se da linha ideológica de sua pesquisa funcionalista/difusionista traçada na parte teórica de sua tese e sente-se desafiado a compreender a mentalidade do homem do povo e suas mensagens.[...] A Folkcomunicação vem fechar essa brecha teórica e conceitual de uma realidade do cotidiano que antes era descartada pelos investigadores que se detinham na comunicação formal. Faltava-nos o estudo dos grupos sociais e seu poder persuasivo, o que Beltrão realiza em Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados (1980).

Essa, aliás, é outra coincidência entre a Folkcomunicação e os Estudos Culturais

- aqui se usa o termo *coincidência* por se tratar de teorias praticamente simultâneas, contemporâneas entre si, porém, distantes espacialmente, e construídas em circunstâncias diversas, nos termos do já referido *paralelismo cultural* -, a de apontarem para as questões da *formação/dissolução das identidades* na relação dos indivíduos com a cultura massiva, e, atualmente, com a cultura pós-moderna.

A esse respeito, completa Amphilo (Ibid., p. 990, grifo nosso), "Beltrão afirma que a Folkcomunicação *não* é uma comunicação classista", isso porque, segundo a autora, Beltrão acredita que, numa sociedade de massas, o indivíduo torna-se o *homem-massa* (termo cunhado por Ortega y Gasset, em 1956). Por fim, como afirma Woitowicz (2015), Folkcomunicação e Estudos Culturais são teorias:

Surgidas em realidades e contextos absolutamente distintos, motivadas por interesses diferentes, mas que guardam alguma proximidade no que diz respeito à noção de cultura e ao modo como os indivíduos e grupos sociais elaboram e processam as mensagens dos meios de comunicação, estabelecendo relações de identificação.

Luyten (op. cit., p. 43) afirma que Beltrão antecipou debates que posteriormente se tornaram linhas de pesquisa no âmbito de outras teorias contemporâneas, a exemplo da "análise empírica dos atos comunicacionais por agentes de cultura situados nos enclaves rurais e nas periferias urbanas do Brasil, [que] evidenciavam a superação das fronteiras entre popular, erudito e massivo". Tal análise tornou-se reluzente também na Escola Latino-Americana, em obras de García Canclini e Martín-Barbero. Ainda de acordo com Luyten (Ibid.), "os fenômenos observados e descritos por Luiz Beltrão demonstravam o intercâmbio simbólico entre produtores de cultura situados em diferentes patamares da nossa sociedades".

Como se vê, a dinâmica que envolve a consolidação da Folkcomunicação e sua institucionalização no campo da ciência das Comunicações no Brasil agrega um acervo de pesquisas que relacionam as manifestações da cultura popular e suas estratégias comunicacionais, ao longo de quase 50 anos, desde sua fundação. A respeito da abrangência atual da Folkcomunicação e de sua relação com os meios massivos, Melo (2008, p. 24), afirma:

Os discípulos de Luiz Beltrão ampliaram o raio de observação dos fenômenos folkcomunicacionais, não se limitando a analisar os fenômenos da recodificação popular das mensagens da cultura massiva, mas também rastreando os processos inversos, ou seja,

pesquisando a criação de bens da cultura popular pela indústria cultural (tanto os meios de comunicação coletiva quanto os aparatos do lazer massivo, principalmente o turismo).

A Folkcomunicação, ao analisar as peculiaridades das estratégias de comunicação das populações excluídas, marginalizadas ou subalternas, identifica sutilezas, sinuosidades, intencionalidades, usos culturais difusos de expressões da arte popular e do folclore, das lendas e dos mitos, das crenças e da religiosidade, que dizem muito sobre a formação política, econômica e cultural brasileira. Essas expressões participam da dinâmica cultural local e interagem com outras expressões culturais comuns à pós-modernidade, inserindo o local no global, compondo o mosaico cultural da sociedade contemporânea.



Figura 62: Ator Gabriel Leone em cena da novela da TV Globo *Velho Chico* com Carranca esculpida pelo mestre Nildo da Silva, da Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina. Escultor usou as mídias sociais (facebook) para divulgar a exibição de suas Carrancas em horário nobre da TV. Fonte: <https://www.facebook.com/OficinaDoArtesaoPetrolinaPe/?fref=ts>.

No diálogo com as instâncias massiva e erudita, no contexto da pós-modernidade, as manifestações da cultura popular também se servem de produtos e estratégias de inserção nessas instâncias, como já visto até aqui, numa relação de trocas culturais na qual cada uma oferta sua própria estratégia e exerce sua própria influência. Sendo a cultura das Carrancas uma manifestação cujos protagonistas - escultores e artesãos que se ocupam de sua atividade produtiva - utilizam-se tanto de meios populares quanto de meios massivos para se comunicar com seus públicos, expressar sua arte e negociar sua produção, cabe distinguir a seguir algumas das ramificações da



Folkcomunicação que se articulam com a manifestação cultural das Carrancas.

Assim, os estudos de *Folkmarketing* ocupam-se do uso das manifestações da cultura popular por instituições públicas e privadas como estratégia de marketing; o *Folkturismo* estuda as relações entre o turismo local e os festejos religiosos e profanos, as atrações históricas, os objetos e lugares que refletem a cultura popular, os mitos e as lendas locais; enquanto as pesquisas de Folkmídia ocupam-se da análise das relações comunicacionais entre as culturas massiva e popular. No contexto da Folkmídia, há em Petrolina e região uma intensa relação entre os meios massivos e as imagens das Carrancas. De acordo com Luyten (op. cit., p. 40-41):

A partir dos estudos de Beltrão foi havendo um interesse cada vez maior por assuntos ligados à comunicação do povo, mas quase sempre se batia contra a intransigência dos folcloristas da velha escola que, inclusive, teimavam em somente considerar Folclore tendo que ser necessariamente: oriundo do povo, aceito atemporalmente por determinada sociedade e de produção anônima. Especialmente, no Brasil, onde em meio século mais da metade da população migrou do campo para a cidade, tornou-se muito difícil manter os cânones de cultura legitimamente popular. Além do mais, o grande interesse passou a se concentrar nos meios de comunicação ou na mídia e esta passou a ser mediadora de todas as considerações, inclusive, dos produtores da cultura *Folk*. O termo Folkmídia consiste na iniciação entre os meios de comunicação de massa e a Folkcomunicação, ou seja, o uso tanto de elementos oriundos do folclore pela mídia como a utilização de elementos da comunicação massiva pelos comunicadores populares.

Nesse sentido, os artesãos de Petrolina lançam mão das relações com os meios massivos de comunicação, ampliando os espaços de inserção tanto na mídia tradicional (televisão, rádio e jornal), como no ciberespaço (redes sociais), enquanto que, em sentido oposto, os meios massivos lançam mão das temáticas da cultura popular como forma de aproximação com seus públicos.

O mestre Nildo é um dos artistas da Oficina do Artesão Mestre Quincas, em Petrolina, que em 2015 produziram esculturas de Carrancas encomendadas pela produção da novela *Velho Chico*, que foi ao ar em horário considerado nobre na rede Globo. O escultor explica como tem sido sua relação com a mídia de modo geral e com as redes sociais de forma mais específica, e também como ele tem tirado proveito desses recursos para escoar sua produção, sem custos adicionais.

Com a modernidade de hoje em dia, né!... hoje você trabalha

virtualmente... pela internet, aí o artesão tá vendendo mais na fonte, aí não tem precisão dele tá viajando... Hoje ele faz a peça, aí mostra a peça para o cliente pelo *whatsapp*, pelo *face*, pelo *e-mail*... e o cliente encomenda virtual... Eu não tenho site... agente vai no popular né!... eu não tenho nada oficial... eu não tenho site próprio... porque o artesão... ele não cria site próprio... simplesmente agente pega o que tem na internet de grátis [sic]... que começou com o *orkut*, depois foi pro *facebook*, agora tem o *whatsapp*, *instagram*... aí, através disso aí o artesão tá se virando. (entrevista concedida em 09/07/2016, grifo nosso).

O diálogo entre os artesãos e os meios massivos de comunicação é constante. Nota-se nas redes locais de televisão, que além das vinhetas com imagens de Carrancas, compondo cenários bucólicos que mostram as belezas naturais do São Francisco, as Carrancas e os carranqueiros são frequentemente pautados em reportagens e clips musicais com artistas nordestinos.



Figura 63: Escultor Nildo da Silva produziu três Carrancas para compor a cenografia da novela *Velho Chico*, da rede Globo. Fonte: <http://g1.globo.com/pe/petrolina-regiao/grtv-1edicao/videos/v/carrancas-que-aparecem-na-novela-velho-chico-foram-feitas-em-petrolina/4948383/>

Assim, no âmbito da Folkmídia, os protagonistas da manifestação cultural das Carrancas, quais sejam os escultores de Petrolina e do Vale do São Francisco, bem como os reprodutores das imagens em suas diversas reconversões, continuam a ampliar a visibilidade de suas obras por meio do diálogo com os meios massivos de comunicação, utilizando também os canais de comunicação virtual para ampliar a possibilidade de negócios.

No âmbito da pesquisa de campo, viu-se, entre outras coisas, que são frequentes os intercâmbios entre os criadores/produtores das Carrancas e os meios massivos de comunicação. Por outro lado, observa-se também a repercussão das mensagens dos meios massivos de comunicação no processo produtivo dos artistas populares. O gerente de Programação, Operações e Produção da TV Grande Rio, afiliada da rede Globo em Petrolina, Luciano Peixinho, conta como a emissora encara a cultura das

### Carrancas em suas produções:

A TV Grande Rio sempre tá mostrando as nossas Carrancas em vídeos institucionais, na programação... mostrando a importância que ela sempre teve e tem para os ribeirinhos... aí veio a novela [Velho Chico] pra nos consagrar, pra falar assim: tudo isso que vocês estão fazendo, agora nós vamos mostrar pro mundo inteiro dentro da novela Velho Chico... todas as Carrancas da novela Velho Chico foram produzidas aqui na [Oficina do Artesão] Mestre Quincas... Então isso nos fortalece... Isso deixa a nossa cultura mais fortalecida...

O produtor da TV Grande Rio foi à Oficina do Artesão Mestre Quincas encomendar as Carrancas para compor a cenografia da novela em companhia do artista plástico Anderson Dias, que veio do Rio de Janeiro, enviado pela direção da novela, especialmente para providenciar as Carrancas. Os dois fizeram a seleção das peças e o artista plástico da Globo passou alguns dias na Oficina do Artesão Mestre Quincas, numa espécie de intercâmbio técnico, após o qual os escultores da Oficina aprenderam com ele novas técnicas de envelhecimento da madeira, o que denota um intercâmbio artístico-cultural claramente alimentado, nesse caso, pela relação entre a cultura popular e a cultura massiva.



Figura 64: Francisco Gago em entrevista para um telejornal local fala sobre as Carrancas que produziu para a novela *Velho Chico*. <http://g1.globo.com/pe/petrolina-regiao/grtv-1edicao/videos/v/carrancas-que-aparecem-na-novela-velho-chico-foram-feitas-em-petrolina/4948383/>

Naquela ocasião, os produtores da emissora pediram que os artesãos propusessem estilos diferentes de Carrancas. Assim, as feições das esculturas que foram selecionadas apresentaram uma fisionomia mais aproximada ao estilo Guarany (Figura 62). Os escultores narraram que houve um processo conjunto de criação das esculturas, no qual o artista plástico da emissora iniciou os artesãos em uma técnica de envelhecimento artificial da peça apresentada pelo artista plástico. De modo que, nesse processo de intercâmbio profissional, cada um bebeu das influências culturais do outro.

O resultado desse contato entre uma cultura rurbana, e ao mesmo tempo popular, rústica, grotesca, gótica, barroca, em uma palavra *são-franciscana*, de um lado; e, de outro lado, uma cultura urbana, letrada, clássica, massiva, industrial, noutra palavra *midiático-global*; só poderia resultar em mais uma reconversão. Então, eis que pode ter surgido uma nova concepção de Carranca, um novo estilo, criado a partir de mais uma articulação entre a cultura popular e a cultura massiva; o tradicional e o moderno no contexto rurbano, de modo que os artesãos de Petrolina já providenciaram réplicas das Carrancas mostradas na novela, colocadas a venda na Oficina, demonstrando assim, o que a Folkcomunicação entende como Folkmídia.

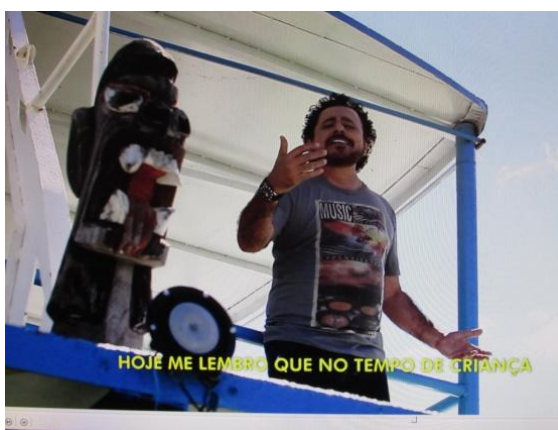


Figura 65: Clip institucional, produzido e veiculado em Petrolina e região pela TV Grande Rio, levou Jorge de Altinho para cantar *Petrolina-Juazeiro* ao lado de uma Carranca, que, na imagem, já se encontra duplamente resignificada, tanto pelo estilo Vampiro, quanto pelo tipo de embarcação de ferro movida à diesel.

Portanto, vê-se que são atuais as inferências de Benjamin (2000), que ao abordar a nova abrangência da Folkcomunicação, apontou para as interfaces entre as expressões da cultura popular e da cultura massiva, identificando a presença de mitos e lendas pautados pelos meios de comunicação e, em sentido inverso, as influências da cultura massiva nas manifestações da cultura popular. Como afirma Benjamim (Ibid., p. 98):

O inventário dos mitos cuja permanência ou divulgação está sendo realizada pelos meios de comunicação de massa, em paralelo às formas tradicionais de sua transmissão, constitui parte do estudo da Folkcomunicação, tanto no âmbito da apropriação de elementos da cultura folk pela cultura de massas, como no âmbito da recepção da cultura folk, dos elementos de sua própria cultura, reprocessada pela cultura de massas.

## 7.2. As Carrancas do São Francisco como estratégia de Folkmarketing para o Desenvolvimento Local

A partir dos estudos de Folkmarketing e da metodologia de observação empírica de campo aplicada à esta pesquisa, foi possível identificar a utilização das imagens e do nome das *Carrancas* tanto em ações de Folkmarketing mercadológico quanto institucional. O termo Folkmarketing designa estratégias de Marketing Cultural que visam promover as imagens das corporações, produtos e serviços através da sinergia entre as identidades da organização e dos públicos do território onde atua<sup>37</sup>.

Na opinião de Tauk Santos, registrada no prefácio do livro *Azulão do Bandede: uma estratégia de comunicação organizacional*, de autoria de Lucena Filho (1998), no qual o professor e pesquisador pernambucano lança as bases da linha de pesquisa em Folkmarketing:

Ao combinar o estudo de uma manifestação de Folkcomunicação, abandonando o aspecto residual das culturas populares e valorizando o que elas têm de atual, de contemporâneo, com a perspectiva de utilização da Folkcomunicação como estratégia de marketing institucional, o autor nos coloca diante de uma nova linha de estudo: o Folkmarketing. (TAUK SANTOS apud LUCENA FILHO, 1998).

Em sua etimologia, a palavra Folkmarketing agrega o prefixo *folk* ao conceito original de Marketing. Essa última, por sua vez, tem origem etimológica no latim *mercatus*: negócio, mercado. Em inglês, o termo originou o verbo *to market*, no sentido de *negociar em mercado*, de 1635. (ROCCO, 2009a, p. 239). Nesse sentido, o

---

<sup>37</sup> Cabe aqui um adendo no sentido de esclarecer que o conceito de *público-alvo* foi ampliado e hoje é comum referir-se aos diversos *públicos* que se relacionam direta e indiretamente com as organizações, e não apenas ao público-alvo. Nesse sentido, o uso do termo inglês *stakeholder* (que pode ser traduzido como "das partes interessadas") foi criado para designar todos os públicos que possam interferir de alguma forma nas operações da empresa, de modo que o termo refere-se a "qualquer indivíduo ou grupo de indivíduos que pode afetar a realização dos objetivos de uma organização, ou ser afetado por ela. Este conceito inclui pessoas, grupos e instituições em geral, que afetam e/ou são afetados pela companhia, como p. ex.: acionistas, empregados, clientes, consumidores, parceiros de negócios, competidores, meios de comunicação, grupos de interesse, fornecedores, órgãos do governo, organizações não-governamentais e organizações da comunidade local. A noção de *stakeholder*, segundo Donaldson e Preston, traz uma nova perspectiva sobre a responsabilidade social dos negócios. Cada empresa (ou grupo empresarial) é vista como "uma constelação de interesses competitivos e corporativos", cujas ações, decisões, políticas e metas vão impactar de alguma forma as pessoas ou segmentos de público que a ela estejam ligados direta ou indiretamente, ou que tenham algum interesse relacionado às suas atividades. O *stakeholder* tem um elo com a organização, e o comportamento de um gera consequências sobre o outro, afetando também o ecossistema social. O termo *stakeholder* é usado às vezes como sinônimo de público, mas seu sentido é mais amplo e não implica necessariamente a condição de ser afetado pelas decisões da organização ou de afetar a organização com suas decisões.

Folkmarketing representa um tipo específico de estratégia de comunicação mercadológica e institucional que utiliza como matéria-prima para suas mensagens e campanhas as manifestações da cultura popular.

O conceito de Marketing sofreu mudanças em função da dinâmica produtiva, na relação entre fornecedores e consumidores de bens e serviços na esfera do capitalismo moderno. De acordo com Rocco (Ibid., p. 240), "o estudo de mercado surgiu da necessidade dos industriais de administrar uma nova realidade oriunda da Revolução Industrial, causadora da transformação de um mercado de vendedores para um mercado de compradores".

Cabe aqui uma referência ao fato de que a versão mercadológica atribuída ao surgimento das Carrancas evoca a intensa atividade mercantil estabelecida pelas barcas de figura durante a navegação no rio São Francisco, cujo fluxo também foi oxigenado em virtude da expansão dos produtos oriundos da Revolução Industrial, como relatado na primeira parte deste trabalho. Afinal, nunca é demais retomar a afirmação de Lins (1952, apud CASCUDO, op. cit., p. 145) de que as antigas *barcas de figura* funcionavam também como "lojas ambulantes que precisavam de todos esses recursos primitivos de publicidade".

Voltando à dinâmica do conceito de Marketing, Rocco (2009a, p. 240) afirma também que "no estado inicial, o Marketing ainda era inseparável da economia e da administração clássica, pois sua preocupação era puramente de logística e produtividade". Os consumidores, pontua Rocco (Ibid.) "não tinham nenhum poder de barganha e a concorrência era praticamente inexistente". A esse respeito, Reis (2009, p. 4) esclarece:

Apesar de inúmeras vezes o termo marketing ser utilizado de forma depreciativa, como vilão pernicioso para a sociedade e mola propulsora de um consumismo infrene, essa é uma visão deturpada e distante do que o marketing apregoa. Em sua essência, o marketing é a defesa de um melhor relacionamento entre quem oferece uma proposta e quem a recebe, através do profundo entendimento das necessidades, aspirações e valores de um consumidor e do que a empresa, em seu mercado, com suas potencialidades e limitações, pode fazer para suprir essas necessidades e aspirações. Tendo suas origens na relação entre produtor e consumidor (marketing de produtos e serviços), o conceito de marketing passou também a ser aplicado a uma ampla gama de esferas, como entre apresentador e audiência (marketing de entretenimento), entre governo e sociedade (marketing político), até mesmo entre uma pessoa e a sociedade (marketing pessoal). Não é surpreendente, então, que a definição de

marketing tenha sido revisitada ao longo das décadas.

O próprio Rocco (2009a, p. 240), ao retomar a dinâmica pela qual vem passando o conceito de marketing ao longo dos anos, lembra que:

O conceito ganhou impulso com o artigo *Miopia de Marketing*, escrito pelo professor da *Harvard Business School*, Theodore Levitt, que mostrou a importância da satisfação dos clientes e transformou para sempre o mundo dos negócios. O vender a qualquer custo deu lugar à satisfação garantida.

Para Kelly (apud BARBOSA; RABAÇA, op. cit., p. 464), o marketing pode ser definido como "estudo sistemático das forças de formação da procura e da motivação do consumidor, das considerações temporárias especiais que influenciam as transações econômicas e dos esforços integrados e reações dos consumidores e compradores em um mercado".

Rocco (2009a, p. 240) registra que "Philip Kotler, em 1967, foi o primeiro a reunir, revisar e consolidar todas essas visões compiladas na primeira edição do seu livro *Administração de Marketing*". Kotler (apud BARBOSA; RABAÇA, op. cit., p. 464), define marketing como "atividade humana dirigida para a satisfação das necessidades e desejos através dos processos de troca".

Já para a *American Marketing Association* (apud Reis, 2009, p. 4) o marketing é o "processo de planejamento e execução da concepção, da definição de preço, da promoção e da distribuição de ideias, produtos, serviços, organizações e eventos para criar trocas que irão satisfazer os objetivos das pessoas e empresas".

Na linha de estudos do Folkmarketing, interessa ainda identificar o momento em as massas começaram a ter noção do conceito de marketing, quando essa preocupação com a imagem e o atendimento tornou-se cotidiana nos negócios, em todas as escalas. Esse marco, segundo Rocco (2009a, p. 240), deu-se na década de 1980:

Em 1982, o livro *Em busca da excelência*, de Tom Peters e Bob Waterman, inaugurava era dos gurus do marketing. A obra foca toda a sua atenção no cliente. O fenômeno dos gurus levou o marketing às massas, e consequentemente, às pequenas e médias empresas, e a todos os tipos de profissionais.

No mesmo período, surgiu o marketing social, momento em que a "preocupação

com o bem estar da sociedade tornou-se uma exigência de mercado. A *responsabilidade social*, que passou a repercutir na satisfação do consumidor e na opinião pública, transformou-se numa vantagem competitiva". (Ibid., grifo nosso). Como afirma o precursor dessa disciplina, o Folkmarketing é uma "modalidade comunicacional que possui base nas matrizes teóricas da teoria da Folkcomunicação e do Marketing". (LUCENA FILHO, 2012, p. 35).

Assim, a apresentação prévia de alguns conceitos que se articulam com as pesquisas em Folkmarketing faz-se mister nesse ponto, com vistas à compreensão de suas inferências. Dessa forma, serão apresentados a seguir os conceitos de *imagem corporativa*, *identidade cultural*, *identidade visual*, *marketing institucional*, *marketing cultural*, *comunicação organizacional* e *relações públicas*. Começando pelo primeiro desses conceitos, tem-se que, em sentido lato, imagens são:

Meios de expressão cultural, utilizados pelo homem ao longo de sua história para representar a *impressão* ou *percepção* que se tem de determinada coisa ou ser. Assim sendo, elas acabam servindo como forma de analogia, ou para ressaltar aspectos particulares pelos quais um ser ou objeto são reconhecidos. *Representações imagéticas são percebidas de forma visual e permitem elaborações de linguagens visuais utilizadas nas comunicações e expressões artísticas e culturais*. (CASTRO E SILVA, 2009, p. 176, grifo nosso).

Nesse sentido, a *imagem corporativa* de uma organização é definida por Barbosa e Rabaça (2001, p. 377) como "o conjunto das impressões e opiniões subjetivas do público (em sua totalidade ou em cada um dos seus segmentos) com relação à imagem de uma corporação empresarial. Diz-se também *imagem institucional*". Como se vê, a imagem corporativa refere-se às impressões que o público guarda em relação a uma organização, tendo a ver, inclusive, com as formulações e valores subjetivos que fazem parte da filosofia organizacional, como missão e visão corporativas.

Já a identidade, *lato sensu*, reflete a forma como pessoas, grupos e instituições veem-se perante o mundo, como veem o mundo diante delas, como se apresentam à sociedade e como são vistas por essa sociedade. A palavra *identidade* tem raiz etimológica no latim escolástico *identitate*, qualidade de idêntico; ou *identitas*, de idem, o mesmo. (FERREIRA, 1999, p. 913); (SOVIK, 2009, p. 174). A identidade é o "Conjunto de caracteres próprios e exclusivos de uma pessoa: nome, idade, estado, profissão, sexo, [características físicas], impressões digitais, etc. [...] Cédula de



identidade". (FERREIRA, Ibid, p. 913).

Nos estudos da lógica, a identidade é compreendida como a "relação de algo consigo mesmo"; em sociologia, trata-se, em resumo, do "papel ou rótulo social"; na cibercultura, é a "*persona*, ou máscara, adotada por participantes em interações virtuais"; para a psicanálise lacaniana, a identidade é "fruto de uma rede complexa de identificações"; na psicologia social trata-se da "consciência da continuidade da personalidade ao longo do tempo"; enquanto que na antropologia/crítica cultural é o "conjunto de características pelas quais um grupo social se reconhece e é reconhecido como diferente de outro". (SOVIK, 2009, p. 174). Dessa forma, vê-se que o termo assume diversos contornos, a depender do campo em que tenha sido engendrada a sua definição, como explica Iasbek (2009, p. 173):

São várias as acepções de *identidade* na história da filosofia, cada uma delas associada ao contexto lógico e histórico das ideologias nas quais esse termo aparece para explicar e/ou justificar interesses e propósitos. Entretanto, em quase todas é possível perceber sua ligação estreita com o conceito de diferença, seja como decorrência, seja como causação. A questão fundamental da filosofia ("quem sou eu?") é também a questão fundamental da identidade, segundo Aristóteles.

No campo epistemológico dos estudos do Folkmarketing, interessa compreender a rede que se estabelece entre *identidade*, *cultura* e *comunicação*, ou seja a identidade como reflexo da *comunicação entre culturas*, para daí identificar as manifestações e expressões mais significativas/representativas para a cultura local, que apresentem possibilidades de encaixes nas estratégias de Folkmarketing. Nesse sentido, tornou-se oportuno considerar as asserções de Iasbek (Ibid., p. 173-174) que aborda a questão da identidade à luz do processo comunicacional:

A identidade como fiel de uma balança, onde, de um lado, situa-se o emissor e, de outro, o receptor, parece responder melhor as exigências operativas da comunicação: quanto mais emissor e receptor se aproximam, quanto mais próximos do critério de identidade, mais estreitas são as afinidades entre *expressões* e *impressões*, intenções e expectativas, estratégias e contingências receptivas. Desse modo, podemos afirmar que identidade em comunicação é um critério relacional segundo o qual emissor e receptor se aproximam ou se distanciam, em afinidade ou em diferença (Waismann). Quanto mais próximos, mais identidade; quanto mais díspares e distantes, mais diferenças e, portanto, menos identidade na relação.

Ao abordar o conceito à luz da sociologia, Sovik (op. cit., p. 174) afirma:

As identidades são constituídas por discursos sobre grupos sociais. A identidade é subjetiva, resultado de processos de identificação, e social, pois a sociedade reconhece grupos a partir de certas características. Novos discursos identitários são produzidos por grupos que procuram sobreviver e agir juntos em novas circunstâncias, mas seria errado imaginar muita liberdade para a construção de identidades: discursos emergentes se amparam em identidades já reconhecidas.

A Escola Latino-Americana de Comunicação aborda as *identidades* no âmbito das pesquisas sobre hibridização e mediação; os Estudos Culturais relacionam globalização, cultura e comunicação na análise da formação e fragmentação das identidades; já a Folkcomunicação aborda as identidades culturais locais, ao analisar os conteúdos e as estratégias comunicacionais e o simbolismo expresso nas manifestações da cultura popular, bem como suas articulações com as instâncias culturais massiva e erudita. Todas essas abordagens teóricas ocupam-se dos processos comunicacionais entre culturas, que refletem as manifestações das identidades culturais na sociedade.



Figura 66: A indústria também promove o uso das imagens das Carrancas na identidade visual de seus produtos, recorrendo ao viés estratégico do Folkmarketing. Foto do autor: 28/07/2016.

De todas as abordagens acerca do conceito de *identidade*, as que mais de perto interessam às pesquisas em Folkmarketing referem-se à *identidade cultural* e à *identidade visual*. A primeira representa a identificação das pessoas, grupos e instituições quanto à formação histórica, social, econômica, política e cultural local, além de hábitos de consumo e expressões artísticas, de modo que as estratégias de Folkmarketing são geralmente direcionadas às manifestações artísticas locais, às festas profanas e religiosas; aos mitos, lendas e personagens locais, em síntese, às

manifestações que estejam em consonância com a cultura local da população onde a instituição atua e de onde podem também emanar para o espaço global.

Já *identidade visual* representa a identificação da corporação. É a marca da empresa aliada às outras artes gráficas, que especificam a comunicação visual para identificar a companhia perante seus públicos. No âmbito dos estudos da semiótica, a *marca* da empresa é designada como um "ícone" que identifica a instituição. Trata-se de uma variável física, objetiva, mas que agrega um significado subjetivo, pois remete à imagem corporativa da instituição que representa. A *identidade visual* é um conceito que se intersecciona com as áreas de marketing, programação visual, publicidade e propaganda e relações públicas, podendo ser definida como:

Sistema e elementos - marca, logotipo, cores, uniformes, identificação de veículos e de produtos, indicadores visuais, placas de sinalização etc. - que caracteriza visualmente uma organização. Personalidade visual. Sistema integrado de design que abrange todas as manifestações visuais relacionadas a uma determinada marca. (BARBOSA; RABAÇA, op. cit., p. 376).

Observe-se que o termo *imagem corporativa* refere-se a um conceito mais amplo, que abrange inclusive o conceito de identidade visual. Por sua vez, além da marca, a *identidade visual* compreende um portfólio de imagens e outros recursos visuais que corroboram a visibilidade da companhia e o fortalecimento de sua *imagem corporativa*.

Cabe ressaltar que nem sempre a expressão de ferocidade das Carrancas torna-se incoerente com a linguagem do Marketing ou com a linguagem publicitária. Ao contrário, muitas vezes esse lado agressivo é justamente a vantagem encontrada do ponto de vista estratégico da identidade visual, a depender do perfil ou da área de atuação da empresa, como se verifica nas três ocorrências elencadas a seguir, sendo duas em Recife e uma em Petrolina.

A primeira ocorrência, registrada na cidade do Recife, é a da cerveja artesanal *Carranca*, cuja imagem, caso fosse atenuada ou amaciada, com efeito causaria a perda do vigor simbólico que agrega valor ao produto, tendo em vista se tratar de uma bebida alcoólica. A segunda, também no Recife, foi identificada no estúdio musical *Carranca*, localizado no bairro da Torre, onde músicos reconhecidos no cenário nacional, como Lenine, Chico César e Naná Vasconcelos gravaram alguns dos seus CDs.

Já em Petrolina, a marca de *soda cáustica Carranca* é outra que também aproveita o lado agressivo da imagem, ao simbolizar um produto que enfrenta a sujeira e aniquila os germes e bactérias. Afinal, para um produto agressivo como a soda cáustica, eufemismos iconográficos enfim não cairiam bem.



Figura 67: Cerveja artesanal Carranca é fabricada em Recife. Expressão evoca o efeito inebriante da bebida etílica. Fonte: <http://bebalocal.com/cevejaria/47>.

Após o surgimento de preocupações por parte de instituições públicas ou privadas, com a questão da *responsabilidade social*, que se refere à atuação das corporações nas comunidades onde estão sediadas, uma série de ações passaram a agregar valor à imagem corporativa, ensejando campanhas planejadas pelas áreas de relações públicas de tais corporações. De acordo com Reis (op. cit., p. 81):

A busca de relações duradouras com a comunidade tem como origem e consequência a justa escalada da responsabilidade social nos valores e nas prioridades das empresas e pode ser motivada pelos objetivos complementares de marketing e de melhoria da qualidade de vida da sociedade em que se inserem. [...] Não se trata de pura e simplesmente assumir um papel filantropo à moda antiga, assinando um contra-cheque que a empresa doa para alguma instituição. Hoje, e cada vez mais, o envolvimento da empresa com a sociedade se dá através de projetos dos quais ela é parte atuante, quando não idealizadora.

Essas ações e campanhas focam em diversas áreas de relacionamento com os públicos - não só relativas ao produto ou atividade fim da instituição -, que vão desde as áreas de saúde e prevenção, passando por programas de incentivo à preservação ambiental e programas culturais, que incluem a valorização e a promoção da cultura local, ampliando sua visibilidade, ao mesmo tempo em que agregam valor à imagem da instituição.

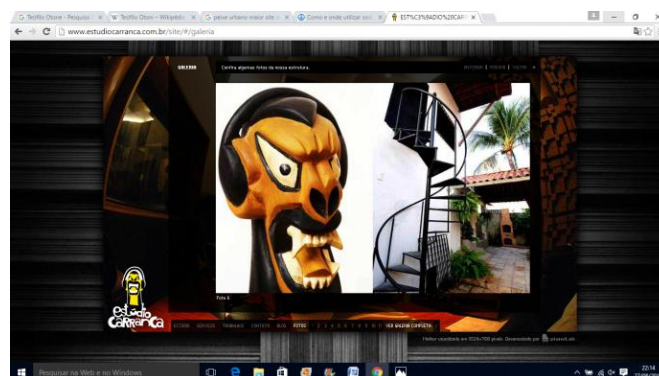


Figura 68: No Recife, estúdio Carranca tem alguns dos grandes nomes da música brasileira entre seus clientes. Simbologia expressiva, exteriorizante, exótica ou mesmo agressiva da imagem não representa empecilhos para empreendimentos com o estúdio Carranca. Ao contrário, fortalece sua identidade visual. Fonte: <http://www.estudiocarranca.com.br/site/#/galeria>.

Um exemplo que pode clarificar a diferença entre *imagem corporativa* e *identidade visual*, no âmbito do Folkmarketing, é o do uso que fez a Promotoria de Justiça de Petrolina (órgão do Ministério Público de Pernambuco) da imagem de uma Carranca que foi encomendada pela instituição ao artista plástico Celestino Gomes, maior nome da arte moderna de Petrolina, falecido em 2004 (Figura 70).

A Promotoria adotou a escultura da Carranca no seu prédio sede em Petrolina, promovendo uma ação de marketing cultural, por meio de uma estratégia de Folkmarketing, como forma de agregar valor à sua imagem institucional. Sendo a Carranca uma imagem representativa da identidade cultural local e o autor da obra um artista local reconhecido nas artes plásticas da região, o Ministério Público de Pernambuco estabeleceu por meio dessa ação de marketing cultural, uma relação identitária com a cultura local, ensejando um sentimento de pertencimento e acolhimento do público para com a instituição.



Figura 69: Sem eufemismos. Imagem que ilustra a marca da soda cáustica Carranca explora o lado grotesco e agressivo da imagem. Fonte: arquivo Elisabet Moreira.

Na mesma fotografia (Figura 70), vê-se em segundo plano o emblema do Ministério Público de Pernambuco, ou seja, sua marca permaneceu inalterada. A ação de marketing cultural, baseada numa estratégia de Folkmarketing institucional, no caso implementada pelo órgão do Ministério Público, não interferiu na *identidade visual* da instituição, mas agregou valor a sua *imagem corporativa*, estabelecendo uma relação identitária expressa simbolicamente.



Figura 70: Promotoria de Justiça de Petrolina também adotou sua Carranca. Uma escultura em metal de autoria do artista plástico petrolinense Celestino Gomes. A obra é fruto de uma reconversão material e simbólica e se encontra disposta na entrada do edifício, de frente pra rua, como reza a lenda. Foto do autor: 31/07/2016.

As estratégias de Folkmarketing representam uma ferramenta de Marketing Cultural, que por sua vez trata-se de uma modalidade do marketing institucional. Segundo Barbosa e Rabaça (op. cit. p., 469, grifo do autor):

o Marketing Institucional é a modalidade de marketing que cuida de todos os aspectos relacionados à imagem da instituição. Mais voltado para o *share of mind* (fixação da marca na memória) do que para o *market share* (participação da marca no mercado), seu objetivo imediato não é a venda, e sim a criação de uma atitude favorável, nos diversos segmentos do público, em relação à empresa ou qualquer outro tipo de organização. Engloba uma série de outras modalidades, como o marketing cultural, o esportivo, o ecológico e o comunitário. As ações de marketing institucional, em todas as suas submodalidades, podem incluir diversas ferramentas de marketing [...] além de técnicas de áreas diversas da comunicação, como publicidade, jornalismo e relações públicas. São questões afetas ao marketing institucional, entre outras: cuidar [...] da *imagem corporativa*, da *identidade visual* (quanto à correta aplicação e preservação da logomarca empresa) e da *responsabilidade social*.

Os mesmo autores definem Marketing Cultural como:

Modalidade de marketing institucional que se realiza através do patrocínio ou do apoio a atividades culturais, por parte da empresa, não necessariamente ligada ao campo de sua atividade, visando influenciar favoravelmente o público em relação à imagem da empresa ou atingir outros objetivos estratégicos. (BARBOSA; RABAÇA, Ibid., p. 465).

As ações de marketing cultural, dentre as quais estão incluídas as estratégias de Folkmarketing, não se confundem com as atividades fins das organizações que lançam mão dessas estratégias. A esse respeito, esclarece Reis (op. cit., p. 4):

O marketing cultural usa a cultura como base e instrumento para transmitir determinada mensagem (e, a longo prazo, desenvolver um relacionamento) a um público específico, sem que a cultura, seja a atividade fim da empresa. Assim, não se confunde com os programas e ações desenvolvidos por organizações culturais (museus, teatros, centros culturais), intermediários culturais (promotores de artistas, curadores, produtores culturais) ou criadores culturais, que têm na cultura seu campo de ação.

Cabe ressaltar que as pequenas e médias empresas também praticam a comunicação organizacional - ainda que de maneira empírica, intuitiva ou autodidata, por iniciativa de seus proprietários ou administradores, nos caso das corporações que não possuem setores específicos de comunicação - como forma de otimizar os processos e criar um ambiente favorável, interna e externamente, entre as partes envolvidas na administração, na realização de negócios, na relação com os clientes e com a sociedade de modo geral.

No âmbito dos negócios, há o consenso de que o bom atendimento é fundamental para a conquista e fidelização de clientes, em qualquer ramo de comércio e de serviços e todo bom atendimento começa com uma comunicação eficiente. Mas além do atendimento ao cliente, a comunicação está presente em todos os processos realizados pela companhia, seja no ambiente interno ou no externo. De acordo com Barbosa e Rabaça (op. cit., p. 176):

Em qualquer organização, a comunicação está presente em todas as atividades e influi diretamente no desempenho das equipes. Assim como recursos humanos, finanças e outras funções, ela atua em todos os setores mesmo que os integrantes da organização não tenham consciência desse processos e não utilizem adequadamente os seus recursos.

Como já visto, o Folkmarketing opera no âmbito do marketing cultural, que por sua vez é uma modalidade de marketing institucional. As ações de marketing são atinentes à Comunicação Organizacional, que é definida por Curvello (2009, p. 68) como:

O campo da ciência das Comunicações dedicado ao estudos dos processos comunicativos que se desenvolvem no contexto das organizações sociais e nas interfaces de relacionamento com seus públicos (funcionários, clientes, associados, fornecedores, imprensa, concorrentes etc.).

As estratégias de Folkmarketing objetivam assim a aproximação entre a organização e os seus públicos por meio de uma convergência identitária, fomentada através da aproximação entre a cultura organizacional e as culturas locais, com o intuito de estabelecer uma imagem positiva da companhia. Assente nessa prerrogativa, as corporações e os empreendimentos individuais e coletivas buscam estabelecer uma imagem que se encontre em sinergia com os valores culturais da região onde atuam, com vistas a conquistar a empatia dos seus públicos. Como explica Lucena Filho (2013, p. 715):

No processo de Folkmarketing, é importante que as empresas públicas e privadas acompanhem as mudanças sociais, econômicas e culturais da região onde atuam, como forma de conhecer e participar ativamente do mercado. Para uma empresa que objetiva consolidar seu conceito, é fundamental que ela estabeleça um contato permanente com o seu público, para acompanhar essas transformações.

Curvello (Op. cit., p. 68-69, grifo nosso) ressalta a relevância da comunicação organizacional para as instituições de modo geral:

Hoje, nos meios acadêmicos, admite-se que as organizações são redes de comunicação, marcadas por conversações que condicionam as possibilidades de desempenho, o nível de efetividade, a viabilidade, o êxito ou o fracasso. Nessa visão, a comunicação não se resume a uma atividade operacional ou instrumental, mas permeia a vida organizacional, viabilizando, com isso, a construção da *cultura* e da *identidade*. [...] Restrepo e Angulo classificam a comunicação organizacional em quatro dimensões: a primeira seria a da informação. [...] A segunda seria a da divulgação. [...] A terceira dimensão é a cultural, no sentido de processos socializadores e legitimadores como ritos e rituais. A última dimensão é a da participação, onde se reforçam os vínculos, os compromissos, mediante o reconhecimento



do outro, num processo marcado pela empatia.

De acordo com a perspectiva interpretativa das pesquisas científicas sobre comunicação organizacional, "as organizações são culturas, que representam sistemas de signos e significados, oriundos de processos negociados e compartilhados". (DANIELS; SPIKER; PAPA apud Curvello, op. cit., p. 69). Do ponto de vista da práxis, ou seja, da atividade profissional exercida nos setores ligados à Comunicação Organizacional das corporações, Curvello (Ibid.) afirma que esse setor se apresenta como:

Espaço de atuação profissional para assessores, consultores e gestores oriundos, principalmente, das áreas de relações públicas, jornalismo, publicidade e propaganda, marketing e administração, que se responsabilizam pelo planejamento, pela formulação estratégica, pela gestão da informação, pelos discursos e pela imagem, pela gestão e produção do mix de médias, pela promoção e pelos eventos organizacionais.

Quanto ao conceito de Relações Públicas, algumas definições podem ser extraídas das pesquisas em Comunicação. Rocco (2009b, p. 304) afirma que a atividade de relações públicas:

É o conjunto de métodos e técnicas utilizados por empresas, sindicatos, partidos e governos, particularmente por grupos de interesses, para criar um clima de confiança interna entre seus funcionários e, externamente, diante do público em geral, visando apoiar sua atividade e estimular seu desenvolvimento. [...] O profissional de relações públicas, pela lei brasileira, tem como finalidade o estudo ou aplicação de técnicas de política social destinada à intercomunicação de indivíduos, instituições ou coletividades. São funções das relações públicas: a) orientação de dirigentes de instituições públicas ou privadas na formulação de políticas de relações públicas; b) promoção de maior integração da instituição na comunidade; c) informação e orientação da opinião pública sobre os objetivos elevados de uma instituição; d) assessoramento na solução de problemas institucionais que influenciem na posição da entidade perante a opinião pública; e) planejamento e execução de campanhas de opinião pública; f) consultoria externa de relações públicas junto a dirigentes de instituições e g) ensino de disciplinas específicas e de técnicas de relações públicas [em conformidade com a legislação].

Já a definição da *Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP)* data de 1955 e apesar das profundas transformações sociais, econômicas e culturais dos meios

produtivos nos últimos 60 anos, permanece atual. De acordo com essa entidade de classe, a atividade de Relações Públicas refere-se ao:

Esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada e seu pessoal, assim como entre essa organização e todos os grupos aos quais está ligada direta e ou indiretamente.

Em síntese, resume Rocco (2009b, p. 304), "o objetivo do profissional de relações públicas é o equilíbrio entre a identidade e a imagem de uma organização, focando a imagem institucional e trabalhando a relação com a opinião pública".

### **7.3. Elemento humano: a cultura das Carrancas e os operadores do Folkmarketing**

Na confluência entre a teoria e a pesquisa empírica, foi possível observar diversas ocorrências do uso da imagem e do nome das Carrancas como estratégia de Folkmarketing mercadológico ou institucional em Petrolina e no Vale do São Francisco. Uma das primeiras organizações a recorrer às imagens das Carrancas como elemento simbólico atrelado a sua imagem corporativa, após encerrar-se o ciclo das *barcas de figura*, foi a Companhia de Navegação do São Francisco (Franave).

A iniciativa se deu ainda na metade do século XX, logo após o ocaso das antigas barcas, numa estratégia pioneira de Folkmarketing institucional, pois ainda que esse conceito não houvesse sido elaborado na época, a utilização das imagens das Carrancas atreladas à imagem da corporação, como estratégia de aproximação com o público local, já pronunciava ações dessa natureza.

Em seguida, ainda na segunda metade do século XX, outras empresas locais, tanto públicas como privadas, também fizeram uso das imagens e do nome das Carrancas em suas marcas. Dentre essas empresas, um dos exemplos mais conhecidos em Petrolina oferecia serviços conjuntos de hotelaria, posto de gasolina e restaurante, e ocorreu por iniciativa do empresário e ex-prefeito de Petrolina, Diniz Cavalcanti, que nos idos dos anos 1970 fundou, de uma só vez, três empresas: o *posto Carranca*, o *hotel Carranca* e o *restaurante Carranca*, estabelecimentos vizinhos que formavam um pequeno conglomerado empresarial localizado às margens da BR 428, rodovia que dá acesso ao Recife, bem na entrada da cidade.



Figura 71: Há quase meio século a mesma Carranca (à direita) dá as Boas Vindas na recepção do Hotel Carranca, em Petrolina. A peça foi recentemente levada para manutenção. O recepcionista José Gomes trabalha desde 1976 no hotel, que sempre manteve o mesmo nome. *Foto do autor: 19/07/2016.*

Com o passar dos anos, o primeiro proprietário desse conglomerado decidiu vendê-lo. Posteriormente, o empreendimento foi desmembrado e os estabelecimentos foram arrendados. Alguns dos novos administradores mantiveram o nome por um tempo, outros os modificaram, de modo que hoje somente o hotel funciona com o mesmo nome, tendo sido arrendado por uma família de ex-funcionários da empresa.

De acordo com a senhora Maria Auxiliadora Gomes, de 57 anos, que há 30 anos trabalha no *hotel Carranca*, e há 13 o arrendou junto com seus irmãos, a opção em manter o nome e as imagens de Carrancas no hotel, após o arrendamento, se deu pela tradição. Para ela, as Carrancas podem ser consideradas uma marca para Petrolina e região:

Sim... podem. A imagem da Carranca é uma lenda, né! É uma coisa diferente... Como tem aqui o nosso hotel que é representado por uma Carranca e tem outros [estabelecimentos] também... *A Carranca tem uma história.* [O nome do hotel] já existia, sempre deu certo... aí agente preserva, agente prefere não mudar... apesar que o nosso aqui não é um hotel assim... que recebe turistas... nosso hotel aqui recebe mais representantes [de empresas]... pessoas que vêm a trabalho... Mas recebe também famílias que às vezes estão passando de férias... aí têm a curiosidade... e sempre as crianças gostam de olhar a Carranca, de pegar na Carranca e gostam de saber pra que [e] por que a Carranca... qual a função da Carranca... o que é que significam, né! E também muita gente quer saber onde é que compra... acontece... agente explica a lenda, né!... até o ponto que eu sei... diz que era pra espantar os maus espíritos nas embarcações, né!... que é o pouco que eu sei... agente explica... e também passa pras pessoas onde é que encontra, né!... Pra comprar... (entrevista concedida em 21/07/2016, grifo nosso).

O hotel Carranca, que inclusive fica localizado muito próximo à Oficina do Artesão Mestre Quincas (a cerca de um quilômetro de distância), possui 37 leitos, e de acordo com as informações da senhora Auxiliadora, tem ocupação média considerada de boa a excelente o ano todo:

A Baixa temporada... aqui agente não pode se queixar muito... porque quando os representantes deixam de vir, [porque] eles têm o recesso deles também... mas aí têm as pessoas, as famílias que estão passando de férias, né!... aí uma coisa cobre outra, né!... aí a média de ocupação nossa aqui é de 80 a 90%. Eu tenho cliente aqui, do tempo que eu comecei a trabalhar aqui, que ainda vem... sempre quem já veio, sempre retorna. (entrevista concedida em 21/07/2016).

Durante a realização da entrevista com a senhora Maria Auxiliadora, um hóspede que fazia o *checkout* na recepção disparou um elogio espontâneo: "obrigado. Vou voltar outras vezes... o serviço de vocês é excelente... atendimento... tudo... tudo bom", afirmou o cliente, ao se despedir da administradora do hotel e de seu irmão, José Gomes, que trabalha no hotel desde 1976.

A administradora do hotel afirmou ainda que pretende manter sempre o nome e a relação de identidade visual do estabelecimento com a manifestação cultural das Carrancas: "agente não tem nenhuma intenção de mudar... Acho que não seria a mesma coisa se mudasse... (risos). (entrevista concedida em 21/07/2016).



Figura 72: Hotel Carranca funciona há quase meio século na cidade. Foi inaugurado ainda na década de 1970 e possui taxa de ocupação média de 80 a 90%. Foto do autor: 19/07/2016.

Outro empreendimento pesquisado durante a etapa de campo é bem mais recente, porém não menos exitoso. Foi fundado já em novembro de 2015, aproximadamente meio século após o senhor Diniz Cavalcanti, ainda de modo intuitivo,

ter atentado para a eficiência do Folkmarketing mercadológico com base no uso das imagens da Carrancas.

O empreendedor dessa vez é mais jovem, como também o foi um dia o Dr. Diniz Cavalcanti, como é chamado na cidade o pioneiro no uso das imagens das Carrancas como estratégia de Folkmarketing. O empresário Douglas Coelho tem apenas 29 anos e apostou na imagem da Carranca para compor a identidade visual do seu negócio, no segmento *gourmet*, que tem crescido na cidade.

De acordo Douglas, a paletteria mexicana é uma novidade que vem crescendo no Brasil, cuja principal proposta é a fabricação semiartesanal de picolés sem uso conservantes ou corantes artificiais, ou ainda, como talvez desejem os adeptos do novo negócio, não mais um picolé, mas sim, uma paleta mexicana. A proposta é fabricar os picolés no próprio local de venda utilizando frutas frescas, como a região é um polo de fruticultura, o jovem empresário espera continuar prosperando.

À parte do debate semântico, o que importa para esta pesquisa é que o operador de Folkmarketing nesse caso é um jovem empresário que recorreu as imagens centenárias das Carrancas, que continuam a orbitar o imaginário local, como estratégia eficiente de comunicação e de Folkmarketing.



Figura 73: Douglas Coelho apostou nas Carrancas para a identidade visual do seu empreendimento, uma paletteria (novo conceito na produção de picolés), cuja marca está impressa na fachada e nos espaços internos do estabelecimento e também em acessórios e utensílios como porta-guardanapos e outros. Ações de marketing também incluem a distribuição de folders e cartões de visita.

O nome do estabelecimento é *Paleteria Carranquitos* e para identificar a marca, que, no Brasil, e no caso das paletas, geralmente é a variação de um personagem com chapéu mexicano, com um sombrero e um vasto bigode, que visam destacar a origem

do picolé semiartesanal que começou no México, o proprietário idealizou uma Carranca mexicana com bigodes e sombrero.

Além do proprietário, o estabelecimento possui mais duas funcionárias, e sua proposta é oferecer um produto novo, ainda pouco conhecido no mercado, mas que desponta como uma das principais novidades do segmento *gourmet*, que atualmente é um dos setores mais promissores da economia, apresentando ainda um amplo potencial de crescimento nas áreas de distribuição e indústria alimentar.



Figura 74: Marca estilizada com as Carrancas aparece impressa em diversos objetos da *Paeteria Carranquitos*. Empresário associa ainda às imagens da Carranca (marca e carro-chefe da identidade visual), as imagens de cactos e do bode, mais dois elementos iconográficos da região. Foto do autor: 15/07/2016.

As chamadas paletas são um sucesso há anos no México, mas de forma diferenciada da adaptação que delas foi feita no Brasil, segundo matéria publicada na edição online do jornal Estadão. Embora tenham suas origens adaptadas (de acordo com dois *chefs* mexicanos ouvidos na reportagem), no México não há paletas recheadas com leite condensado. Lá "é popular e barato. Não se usa creme ou recheio", explica o *restauranteur* mexicano Hugo Delgado (Estadão online, 2016).

Outro modelo de negócio que recorreu às imagens das Carrancas na cidade de Petrolina é, esse sim, de cunho eminentemente pós-moderno e transitório, nos moldes do paradigma da modernidade líquida observada por Bauman (2001), que afirma serem as relações sociais atuais - nos seus diversos aspectos -, superficiais, passageiras e desenraizadas. E essa visão de transitoriedade foi passada pelo próprio empreendedor responsável pelo negócio em questão: trata-se do site de compra virtual chamado *Carranca Urbana*.

Nesse caso, no entanto, a concepção pós-moderna e global se combinou com um elemento tradicional e recorrente em âmbito local, num complexo processo de

hibridação que envolve novas refuncionalizações, resignificações e reconversões. O que há de comum com o empreendimento anterior é o fato de se tratar novamente de um jovem investidor, que recorreu às tradicionais e centenárias imagens das Carrancas como recurso de Folkmarketing para seu negócio.

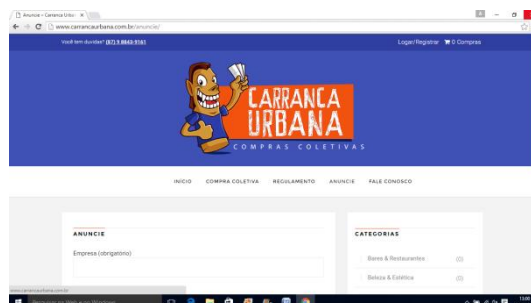


Figura 75: Print de tela do site de compras *Carranca Urbana*. Das *figuras de barca* usadas para atrair clientes das vilas do São Francisco, ao empreendimento pós-moderno e virtual do *Carranca Urbana*, passaram-se aproximadamente treze décadas e cerca de seis gerações e as Carrancas do São Francisco continuam sendo utilizadas como estratégia de Folkmarketing. Detalhe para o *voucher* (moeda) na mão da Carranca. Fonte: <http://www.carrancaurbana.com.br/>.

O *web designer* Renan Figueiredo, 24 anos, é o idealizador e gestor do site de compras *Carranca Urbana*. Ele é natural de Teófilo Otoni/MG, mas reside há seis anos entre Petrolina e Juazeiro. Renan afirma que conheceu a imagem das Carrancas quando veio morar em Petrolina, em trabalhos da escola, ao transitar nas barquinhas que fazem a travessia entre as duas cidades (e que as usam de maneira já resignificada) e também porque frequentava muito o teatro em Juazeiro e a imagem está muito marcada nas artes cênicas das duas cidades.



Figura 76: Investidor Renan Figueiredo administra o site de compras *Carranca Urbana* remotamente. Trabalho é virtual e o negócio não possui espaço físico (escritório). Assim, a entrevista com o investidor foi realizada em um *pub* especializado em cervejas artesanais, em Petrolina. Foto do autor: 28/07/2016.

O empreendimento é um canal de negócios que prioriza promoções de produtos

e empresas locais, a exemplo dos *paletes Carranquitos*, que também é anunciante no portal virtual de compras Carranca urbana. O site foi fundado após a dissolução de outro site de compras administrado pelo jovem, chamado o Meu Balaio. Quem explica é o próprio Renan:

Após o processo de mudança da marca, que era o antigo Meu Balaio, nós decidimos... é... o site sempre foi muito regional, então nós decidimos pegar algo da região... fazendo alusão um pouco ao maior site de compra coletiva: o Peixe Urbano... é... nós juntamos... pegamos algo regional que é a Carranca e o Peixe Urbano, então fizemos a marca *Carranca Urbana*. (entrevista concedida em 29/07/2016).

O investidor explica que os motivos de mudança da marca dizem respeito diretamente ao caráter regional do empreendimento e reconhece que a Carranca reforça mais esse aspecto:

Com certeza [a Carranca] é uma marca. É uma marca da história da nossa região.... O site sempre foi muito regional e o Meu Balaio não ligava à região... As pessoas gostavam do site pelo fato dele ser regional, o atendimento, o acolhimento ao cliente... porque o Peixe Urbano, por exemplo, teve a época dele aqui... mas não tinha essa afinidade com o cliente... essa aproximação com o cliente... não era algo regional... então, se era um site regional, por que não trazer um nome ligado à região. Pelo que eu percebi, a região acolhe muito tudo o que é regional. Eles valorizam isso... e isso é muito bom... então eu acredito que com essa mudança as pessoas valorizaram mais o site... viram que era algo regional e acolheram essa ideia. (entrevista concedida em 02/07/2016).

O investidor afirma ainda que o programador visual e designer gráfico Geovani, que é de Petrolina, foi o responsável pela criação da identidade visual do site (Figura 75).

Nós fomos bem específicos... queríamos uma Carranca *alegre*... que é pra não assustar muito os clientes né!... (risos) e [que] tivesse os cupons na mão... que era representando o *voucher*, né!... da compra coletiva...

Note-se que, do ponto de vista da programação visual, as imagens das Carrancas estilizadas mostradas nos dois últimos empreendimentos, camuflaram os aspectos de ferocidade e agressividade presentes na iconografia das Carrancas. Estratégia também utilizada pelo programador visual que assinou a arte referente ao personagem *chef*



*Carranca*, do Restaurante Carranca Gulosa, exposto no portal da entrada principal desse estabelecimento que será apresentado a seguir.

O restaurante Carranca Gulosa também recorreu à reconversão das imagens das Carrancas para uso como estratégia de Folkmarketing. De acordo com o proprietário do restaurante, o economista Rafael Guisande, de 48 anos, o uso do nome e da imagem se deu pelo fato de se tratar de um restaurante temático, por isso ele procurou os temas locais da cidade e da região.

Com relação à identidade visual e à relação com os clientes, o empresário afirma que a clientela sempre pergunta sobre as origens das Carrancas:

O cliente quer saber sobre o rio... muito mesmo sobre o rio... sobre as lendas... sobre as distâncias até a barragem... quer saber por que de Carrancas... por que a Carranca... O restaurante tem todo um viés ecológico e de resgate das raízes e da história, que [aliás] está meio perdida essa história do rio. (entrevista concedida em 27/08/2016).

O restaurante Carranca Gulosa funciona há nove anos em uma propriedade rural de 4.800 m<sup>2</sup>, às margens do Velho Chico. Possui 23 funcionários e pode ser considerado um exemplo de sucesso em termos de estratégia de Folkmarketing com o uso das imagens das Carrancas.



Figura 77: Portal da entrada principal do restaurante *Carranca Gulosa* apresenta a imagem de uma Carranca estilizada (*chef Carranca*) para receber os clientes do restaurante (de frente para a rua, como reza a lenda, quem sabe para espantar os maus clientes logo na entrada). Foto do autor: 29/07/2016.

Quiçá, a forte simbologia imbricada às imagens das Carrancas, precisamente à imagem da boca e dos dentes, tenham ajudado a consolidar o restaurante Carranca Gulosa, que funciona distante do centro da cidade, o que não deixa de ser outro grande atrativo, que agrega o valor de ponto turístico ao restaurante, localizado às margens do São Francisco, na zona rural de Petrolina. Para o proprietário, no entanto, nada disso é

suficiente por si só. Segundo Rafael, o que pesa mais é a qualidade do serviço prestado:

O empreendimento em si, da forma como ele foi concebido, ele teria que ter um viés ecológico, por tá muito próximo ao rio, e um viés cultural, que é a nossa proposta... A Carranca... ela agregou de forma significativa na manutenção do ambiente, mas eu acho que o que agrega valor realmente é o trabalho diário em cima da culinária... Na verdade... a Carranca e os elementos que estão ali, compõem o ambiente... mas não é o fator decisivo... o fator decisivo realmente é a boa culinária... e o espaço agradável à beira do rio. (entrevista concedida em 27/08/2016).



Figura 78: Em toda a cidade de Petrolina foram catalogados mais de 20 orelhões temáticos como esse, que está localizado na travessia de barca anexa ao restaurante Carranca Gulosa. Foto do autor: 29/07/2016.

No entanto, quando questionado se mudaria o nome do empreendimento por qualquer motivo, o empresário responde negativamente. "Não. Eu estou satisfeito com o nome que foi colocado, porque realmente remete a uma figura folclórica e cultural daqui da região... e para o público alvo do restaurante, tem uma simbologia importante". Ainda de acordo com Guisande, muitos clientes do restaurante procuram Carrancas para comprar, e como ele faz parte de um trade turístico que inclui os artesãos, ele indica alguns nomes para os interessados adquirirem as Carrancas.

Agente já despachou Carranca aqui até pra Europa. Agente faz essa interlocução entre quem encomenda e quem produz e aí dá certo, e elas vão embora e viajam o mundo, mas agente não tem ganho financeiro com isso não... Agente tem alguns artesãos cadastrados, e aí agente vê quem tem naquele momento disponibilidade de fazer, porque não é sempre que eles podem não... Eu já vi Carranca de sete metros de altura que custa R\$ 180 mil reais... Então, você tem pra todo preço e todo cliente, né!. (entrevista concedida em 27/08/2016).

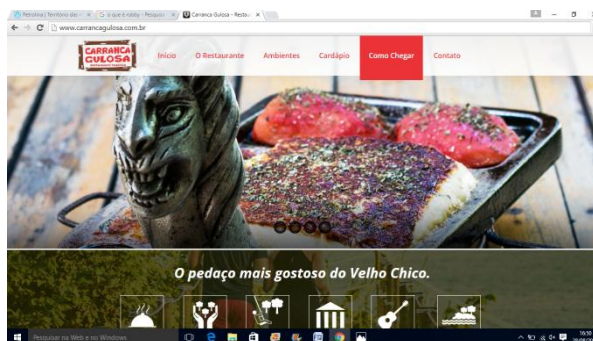


Figura 79: Print do site do restaurante Carranca Gulosa. A Carranca como elemento simbólico principal em sua marca, além de boa carta de vinhos e a culinária requintada são algumas das estratégias que asseguram o sucesso do restaurante na região. Fonte: <http://www.carrancagulosa.com.br/>.

Dentre as ocorrências de Folkmarketing institucional com o uso das imagens ou referências à manifestação cultural das Carrancas, foram identificadas algumas instituições na região que as utilizam. Uma das primeiras corporações do Vale a recorrer às imagens das Carrancas foi a Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf), que possui uma Carranca estilizada em sua logomarca. Para o analista de Desenvolvimento Regional da Codevasf, Natércio Melo, a imagem representa uma marca não só para Petrolina, mas para toda a região:

Com certeza. A Codevasf trabalha no rio São Francisco [e atualmente no Parnaíba] e tem a Carranca como maior emblema... [desde] 1975... aí a Codevasf adotou Carranca, principalmente por ser um trabalho desenvolvido aqui no Vale do São Francisco, onde a Carranca tem uma expressão muito grande... [e houve o interesse] de atrelar a imagem ligada à empresa... alguns empregados inclusive são chamados de Carranca. De vez em quando nós falamos ó [sic] o nosso Carranca aqui... com aqueles funcionários mais antigo. (entrevista concedida em 29/07/2016).

O servidor da instituição informou ainda que eventualmente a marca passa por reformulações, sendo modernizada. De acordo com a legislação em vigor no Brasil, toda obra que utiliza recursos públicos deve contar com placas informativas sobre a execução da obra, o órgão responsável, o valor investido, os responsáveis técnicos e outras informações, dentre as quais se destaca a identidade visual do governo em conjunto com a identidade visual do órgão responsável por sua execução.



Figura 80: A logomarca da Codevasf passou por modernização, mas a imagem da Carranca estilizada singrando as águas do São Francisco mantém-se firme há 40 anos. Nesse exemplo, o recurso da programação visual para atenuar o viés agressividade da imagem foi substituir os dentes pelas águas do rio, que aparecem sendo engolidas pela Carranca. Fonte: <http://www.codevasf.gov.br/>.

O senhor Natércio Melo, que também é um dos responsáveis pela imagem da corporação em âmbito regional, lembra que todas as obras da Codevasf possuem a marca com a Carranca estilizada que identifica a empresa em todas as localidades onde ela atua:

Bom... essa Carranca aí, em qualquer lugar que você chegue... em todas as obras que a Codevasf constrói... ela bota lá a logomarca dela. Então, de longe, qualquer pessoa que tenha o mínimo conhecimento da Codevasf, sabe que a Codevasf esteve ali... No nosso caso, a terceira superintendência atende 69 municípios no estado de Pernambuco... só Pernambuco. Então você imagine o que é sair daqui da beira do rio até lá... pra Arcoverde, aquele lado dali... e em todo lugar que você passar e encontrar uma Carranca dessas, já sabe: a Codevasf esteve ali, ou a Codevasf está ali fazendo algum trabalho. E também se estende a Minas Gerais, Bahia, Sergipe, Alagoas... e agora nós temos... com a mesma Carranca [mesma marca], estendendo o trabalho para o Vale do Parnaíba... então estamos também no Piauí e no Maranhão... Essa imagem da Carranca está ligada diretamente à Codevasf... quer dizer, uma entrou na outra... agente não pode pensar em Codevasf sem ter a Carranca, né! É a característica da Codevasf... então isso marca a presença da empresa, e o pessoal adota, e o pessoal acata, e o pessoal respeita. Isso faz parte do trabalho da empresa.

As asserções do representante da Codevasf demonstram a preocupação da empresa em manter sua identidade em sinergia com a cultura local e de divulgar sua insígnia, baseada na Carranca, em todas as cidades onde a Companhia atua.



Figura 81: Sede da 3ª Superintendência Regional da Codevasf, em Petrolina. De Brasília/DF ao semiárido. Da nascente à foz do São Francisco, a marca da Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (Codevasf) - com sua Carrancas estilizada a singrar as águas do rio - trata-se de estratégias de Folkmarketing institucional reconhecida em toda a região. *Foto do autor: 28/07/2016.*

Ainda no âmbito do Folkmarketing institucional, recentemente, o Comitê da Bacia Hidrográfica do São Francisco - órgão colegiado, integrado pelo poder público, sociedade civil e empresas usuárias das águas do rio, entidade com atribuições normativas, deliberativas e consultivas designadas pelo governo federal acerca da gestão dos recursos hídricos da Bacia do São Francisco - lançou uma campanha em defesa da preservação do rio, cujo slogan é: "Eu viro Carranca pra defender o Velho Chico".

A campanha do Comitê contou com divulgações veiculadas em meios massivos de comunicação, sites e mídias sociais e usou as imagens das Carrancas para simbolizar a defesa e a preservação do rio São Francisco. Neste exemplo, destaca-se o simbolismo das Carrancas utilizado aqui no sentido de afugentar a degradação ambiental do rio e do ecossistema local, por meio de uma imagem que remete à defesa e ao ataque. (Figura 83).

Uma última ocorrência registrada aqui em âmbito institucional é a do Serviço Social do Comércio (Sesc Petrolina), que deu o nome de Ana das Carrancas a um dos principais equipamentos culturais da cidade: a Galeria de Arte Ana das Carrancas. O espaço sedia diversas exposições, priorizando nomes locais das artes popular e erudita, como o da própria Ana das Carrancas e o do artista plástico Celestino Gomes, já citado neste trabalho, que recentemente tiveram suas obras em exposição na Galeria.



Figura 82: Na antessala do gabinete do analista Natércio Melo, da Superintendência da Codevasf, em Petrolina, duas Carrancas ajudam a manter os bons fluidos no ambiente corporativo. *Foto do autor: 28/07/2016.*

Hedinilson Bezerra, 64 anos, é bacharel em Direito e gerente do Sesc Petrolina. Ele afirma que quando o Sesc chegou a Petrolina adquiriu logo várias obras de Ana das Carrancas. Porque, segundo o gestor, "a instituição entendia que deveria formar um acervo com obras de artistas da cidade".



Figura 83: Comitê da Bacia Hidrográfica do São Francisco recorreu ao simbolismo das Carrancas na arte visual da campanha em defesa da preservação do rio. Fonte: <http://cbhsaofrancisco.org.br/>.

Além da homenagem à artista popular local que deu nome à Galeria de arte administrada pela instituição, o Sesc Petrolina também publicou o livro *As Carrancas do Sertão*, de autoria de Elisabet Moreira (2006), uma das principais referências desta pesquisa. O gerente do Sesc Petrolina explica:

Nós usamos essa imagem [das Carrancas] em vários eventos da gente... Por exemplo, nós fizemos o São João estilizado... [com a decoração usando] uma Carranca estilizada, usando chapéu de matuto, com lenço no pescoço e tal... e quem produz o material gráfico são profissionais de programação visual aqui da própria instituição.



Os exemplos apresentados acima são apenas uma mostra do que se repete em diversas cidades do Vale do São Francisco, onde a manifestação cultural das Carrancas mantém-se em evidência como expressão maior da identidade cultural local e se relacionando com diversas atividades que vislumbram possibilidades de fomento ao Desenvolvimento Local, como será visto no tópico seguinte.



Figura 84: Hedinilson Bezerra, gerente do Sesc Petrolina, na entrada da Galeria de Arte Ana das Carrancas, um dos principais equipamentos culturais da cidade, que lança mão do marketing cultural inspirado na arte das Carrancas.  
Foto do autor: 31/07/2016.

## 8. Carrancas de Petrolina para o Desenvolvimento Local

### 8.1. O que vem a ser Desenvolvimento?

Em sua etimologia, o verbo *desenvolver* provém do prefixo *des* acrescido do verbo *envolver*. O prefixo *des* tem origem provável no latim *dis*, partícula usada apenas em derivados para revestir as noções de: 1) separação: *dissolver*; 2) dispersão: *difração*, *distender*; 3) negação, oposição: *discordar*; 4) ordem, arranjo: *dispor*, *distribuir*. (HOUAISS, 2009, p. 620; p. 691). Já o verbo *envolver* significa cobrir(-se) [com invólucro]; embrulhar(-se); enrolar; [...] manter(-se) encoberto; esconder-se; ter ou conter em seus limites. (Ibid., p. 778). O envolvimento é o fechamento, o acolhimento, o encolhimento.

*Desenvolver* significa então "tirar o que envolve ou cobre; desembrulhar. Fazer crescer ou crescer, tornar(-se) maior, mais forte. Fazer aumentar ou aumentar a capacidade de; fazer progredir ou progredir". (Ibid., p. 649). Traduz-se assim como uma

inversão do que representa o sentido do verbo envolver. O termo *desenvolvimento* adquiriu diversas conotações e aplicações, tendo seu uso corrente no sentido de "crescimento, progresso, adiantamento" e nos contextos da economia e da política fala-se em "crescimento econômico, social e político de um país, região, comunidade etc.". (Ibid.).

Assim, o *desenvolvimento* é comumente compreendido como uma forma de abrir(-se), expandir(-se), crescer, sendo este último significado o que adquiriu maior abrangência em sua concepção semântica. Objetivamente, o termo foi formulado no campo de estudos da biologia, como um atributo físico, quantitativo e qualitativo.

Porém, em termos subjetivos, o *desenvolvimento* pode ensejar uma variedade de interpretações e aplicações - ainda mais quando acrescido de uma diversidade de complementos, aos quais costuma alinhar-se para aplicação em sentido estrito. Esteva (2000, p. 62, grifo do autor) contextualiza historicamente o surgimento do conceito de desenvolvimento na Europa do século XVIII e sua metáfora a partir das ciências naturais:

Foi entre 1759 (Wolff) e 1859 (Darwin) que o *desenvolvimento* evoluiu, e de uma concepção da transformação que o considerava como um movimento na direção da forma *apropriada* para o ser, passou a considerar essa transformação como um movimento na direção de uma forma *sempre mais perfeita* daquele mesmo ser. Nessa mesma época, cientistas começaram a usar evolução e desenvolvimento como sinônimos. [...] A transferência da metáfora biológica para a esfera social ocorreu nos últimos vinte e cinco anos do século XVIII.

E foi no final do século XVIII que sua abrangência foi estendida ao campo das ciências sociais, na perspectiva funcionalista que designou *desenvolvimento* como processo de mudança social:

Mais ou menos em 1800, o termo *Entwicklung* [do alemão *desenvolvimento*] começou a ser utilizado como um verbo reflexivo. O autodesenvolvimento tornou-se moda. Pouco a pouco Deus começou a desaparecer da concepção popular do universo. E, poucas décadas mais tarde, abriram-se todas as possibilidades para o sujeito humano, agora autor de seu próprio desenvolvimento e livre dos desígnios divinos. Desenvolvimento tornou-se a categoria central na obra de Marx: foi revelado como um processo histórico que se desdobra com o mesmo caráter necessário das leis naturais. A concepção hegeliana da história e a darwinista da evolução fundiram-se no conceito de



desenvolvimento e adquiriram novo vigor com a aura científica de Marx. (Ibid., p. 62-63).

A metáfora tomada das ciências naturais reverberou, portanto, no período de expansão das ideias Iluministas. Para Nascimento (2001, p. 97):

As ciências humanas [e sociais] penetram e tecem, conosco, o nosso cotidiano. São teorias que nascem de nosso cotidiano e nele desaguam. Como resultado dessa característica das ciências sociais, nasceu a reflexão sobre desenvolvimento. Relacionada, inicialmente, ao Iluminismo, no século XVIII, e ao Positivismo e à sua ideologia do progresso, no século XIX.

Por sua vez, a Revolução Industrial já havia dado o tom das mudanças macroestruturais que culminaram com a ascensão definitiva do modelo industrial de produção capitalista. A esse respeito, Esteva (Ibid., p. 63) afirma:

O modo de produção industrial, que era nada mais que uma entre as muitas formas de vida social, tornou-se por definição o estágio final de um caminho unilinear para a evolução social. Esse estágio, por sua vez, passou a ser visto como a culminação natural de potenciais já existentes no homem neolítico e como sua evolução lógica. Assim a história foi reformulada nos termos do ocidente.

No início do século XX, ainda de acordo com Esteva (Ibid. p. 63-64), generalizou-se o uso do termo *desenvolvimento urbano*. Na mesma época, outra concepção de desenvolvimento em conformidade com a cultura ocidental ganhou visibilidade quando, em 1939, o governo britânico transformou a *Lei de Desenvolvimento das Colônias* em *Lei de Desenvolvimento e Bem-Estar das Colônias*, "reflexo das profundas mudanças econômicas e políticas ocorridas no decorrer de menos de uma década". Afinal, era preciso preparar as colônias para o consumo da produção industrial em franca expansão.

Dessa forma, "com a intenção de dar à filosofia do protetorado colonial um sentido positivo, os britânicos sustentavam que seria necessário assegurar níveis mínimos de nutrição, saúde e educação aos nativos". (Ibid.). Assim, o antigo colonizador estabeleceu uma conduta de "duplo mandato", na qual "o conquistador deveria ser capaz de desenvolver a região conquistada economicamente e, ao mesmo tempo, de aceitar a responsabilidade de cuidar do bem-estar dos nativos".

No entanto, afirma Sachs (apud ESTEVA, p. 64), "quando o nível de civilização passou a ser identificado com o nível de produção, o duplo mandato deu lugar a apenas um: o do desenvolvimento".

Na primeira metade do século XX, os termos *desenvolvimento urbano* e *desenvolvimento colonial* ecoaram das superpotências em direção às antigas colônias. O modelo ocidental de desenvolvimento foi difundido como o *padrão a ser seguido* pelos demais países que deveriam auferir os mesmos níveis de industrialização e de *status* hegemônico. Após a Segunda Guerra, os Estados Unidos apresentaram um crescimento econômico pujante, tornando-se principal protagonista do sistema capitalista no mapa político-econômico global, como explica Esteva (op. cit., p. 59):

No fim da Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos eram uma máquina produtiva formidável e incessante, sem precedentes na história. [...] No entanto, os norte-americanos queriam algo mais. Precisavam deixar totalmente clara sua nova posição no mundo. Para isso formularam uma campanha política, em nível global, que claramente levava sua marca.

Os padrões norte-americanos de industrialização, produção e consumo foram então lançados para o mundo e o marco dessa campanha foi o discurso proferido, em 1949, pelo ex-presidente norte-americano Harry Truman, na ocasião da posse para o seu segundo mandato na Casa Branca, ato que selou de uma vez por todas a hegemonia norte-americana na conjuntura econômica e política mundial a partir de então. "Naquele mesmo dia [...] uma nova era se abria para o mundo - a era do desenvolvimento". (Ibid., grifo nosso). Em seu discurso, Truman afirmou:

É preciso que nos dediquemos a um programa ousado e moderno que torne nossos avanços científicos e nosso progresso industrial disponíveis para o crescimento e para o progresso das *áreas subdesenvolvidas*. O antigo imperialismo - a exploração para lucro estrangeiro - não tem lugar em nossos planos. O que imaginamos é um programa de desenvolvimento baseado nos conceitos de uma distribuição justa e democrática. (TRUMAN apud ESTEVA, p. 59-60).

"O subdesenvolvimento começou, assim, a 20 de janeiro de 1949. Naquele dia, dois bilhões de pessoas passaram a ser subdesenvolvidas". (ESTEVA, op. cit., p. 60). O discurso do mandatário norte-americano buscou transmitir para o resto do mundo a ideia de que a trajetória norte-americana deveria nortear - e o termo *nortear* não é aqui

referido por acaso - as políticas de desenvolvimento das demais regiões do continente americano e do ocidente, especialmente as antigas colônias das potências econômicas, que se encontravam em uma estágio cultural diferente, classificado como atrasado na visão imperialista, em relação à industrialização moderna<sup>38</sup>. Assim, afirma Esteva (Ibid., p. 66), "o subdesenvolvimento era a criação do desenvolvimento".

Com o avanço do capitalismo moderno no bloco ocidental e sua expansão na América Latina, onde alguns dos principais países foram submetidos ao julgo de ditaduras militares patrocinadas pelo governo norte-americano, o domínio territorial garantiu a expansão do sistema baseado no discurso do progresso, dando início ao que viria a ser conhecido como industrialização tardia<sup>39</sup>.

Os economistas apressaram-se em adotar o conceito de desenvolvimento, reduzindo-o basicamente ao *crescimento econômico*. A máxima do economista britânico Arthur Lewis (apud ESTEVA, p. 66) dizia, em 1955, que "primeiramente é preciso observar que nosso lema é crescimento e não distribuição". Essa premissa *norteou*, de fato, as iniciativas dos governos que compuseram o bloco ocidental.

A preocupação com as questões sociais e com as desigualdades expostas nos países enquadrados no grupo dos subdesenvolvidos, começou timidamente a chamar a atenção da comunidade internacional a partir do primeiro Relatório da Situação Social Mundial, publicado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, em 1952. Até então, "o social e o econômico eram considerados realidades distintas", como afirma Esteva (op. cit., p. 67). Contudo, no final da década de 1960:

Muitos fatores contribuíram para amortecer o otimismo sobre o crescimento econômico: as deficiências das políticas e dos processos vigentes haviam se tornado mais evidentes que no começo da década; os atributos da chamada *integração* aumentaram; e tornou-se óbvio que o crescimento econômico rápido vinha acompanhado de desigualdades também crescentes. A tendência, a essa altura, era que os economistas já começassem a considerar os aspectos sociais como *obstáculos sociais*. (Ibid., p. 68, grifo do autor).

<sup>38</sup> No âmbito das relações internacionais, os contornos políticos e ideológicos do discurso do presidente Harry Truman faziam parte do contexto das disputas de cunho ideológico, econômico e militar iniciadas logo após a Segunda Guerra, que originaram a chamada *Guerra Fria* entre os Estados Unidos, líder do bloco dos países capitalistas, e a extinta União Soviética, que liderava o bloco dos países socialistas. A Guerra Fria foi encerrada com a extinção desta última, em 1991.

<sup>39</sup> Sobre o mito do lema "Ordem e Progresso", ler: CHAUI, Marilena. **Brasil**: mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

Como uma primeira reação, a perspectiva do *desenvolvimento integrado* começou a galgar espaço, incluindo preocupações com as desigualdades provocadas pelo modelo baseado exclusivamente no crescimento econômico, tornado o corolário a ser seguido pelas políticas de desenvolvimento dos países subdesenvolvidos.

Nos anos 1990, as chamadas superpotências promoveram um processo de re-desenvolvimento, que, segundo Esteva (Ibid., p. 71-72, grifo do autor), no Norte, significou "desenvolver outra vez o que foi mal desenvolvido ou já está obsoleto", e no Sul "exigiu também a demolição daquilo que sobrou do *processo de ajuste* nos anos 80, desocupando assim o espaço para os resíduos do Norte".

A preocupação com os índices sociais prosseguiu como um fator mais de agregação de valor e menos como integração para o desenvolvimento conjunto entre o social e o econômico. A introdução do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) pela Unesco reconheceu a urgência da redução das desigualdades intra e inter Nações, o que não deixou de ser um passo à frente, mas não foi suficiente para minar as crescentes desigualdades entre o Norte e o Sul, servindo apenas para alertar as Nações sobre essas disparidades.

A ciência dessas desigualdades por parte das nações do mundo reunidas em assembleia propiciou alguns paliativos, mas nada capaz de diminuir o abismo que separa os países mais ricos dos países mais pobres, disparidade que só tem aumentado na maioria dos países do Sul, desde que Truman pronunciou seu legendário discurso, ou seja, há quase 70 anos. Bava (2003, p. 17-18, grifo do autor) apresenta alguns números que acabam por desconstruir o mito do desenvolvimento concebido em termos do crescimento econômico atribuído ao capitalismo moderno:

Durante os últimos 50 anos o mito do desenvolvimento alimentou a esperança de mais de 3/4 da população do mundo. Ele acenava com a possibilidade de que os países pobres pudessem tornar-se sociedades com altos padrões de vida, sociedades desenvolvidas, à semelhança dos 24 países capitalistas industrializados. [Mas] ao invés de trazer o desenvolvimento, este modelo se revelou promotor da exclusão social, acelerada nas últimas décadas pelo desenvolvimento tecnológico e pelo neoliberalismo. Em 1960 a diferença de renda entre os 20% mais ricos e os 20% mais pobres era de 30 para 1. Em 1995 essa diferença atinge a proporção de 82 para 1. [...] Este modelo chega hoje ao extremo da promoção da desigualdade. A soma dos bens das 300 pessoas mais ricas do mundo é igual ao total do bens dos 2,7 bilhões de seres humanos mais pobres, algo como 45% da população mundial. [...] Esta realidade é ignorada pela ideologia do desenvolvimento, que continua a acenar com a possibilidade de um futuro brilhante para os países agora chamados de *emergentes*.

Na década de 1990, novamente a Unesco entrou em cena com o intuito de conceber um viés mais humanizado ao conceito de desenvolvimento, ao agregar variáveis sociais aos dados quantitativos do crescimento econômico, incluindo aspectos mais ligados à qualidade de vida das populações. Como explica Esteva (Ibid., p. 72-73, grifo do autor):

A década [de 1990] gerou também um novo exercício burocrático cujo objetivo [foi] dar ao desenvolvimento uma nova vida. O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) publicou em 1990 o primeiro Relatório do Desenvolvimento Humano. [...] No texto desse novo Relatório, *desenvolvimento humano* é apresentado como um processo e como um nível de realizações. Como processo, ele seria *a ampliação das escolhas humanas relevantes*. Como nível de realizações, seria *o grau em que, em dadas sociedades, essas escolhas relevantes são realmente alcançadas, por comparação com as demais sociedades, em um nível internacional*.

Em sua política de expansão do modelo de desenvolvimento atrelado ao crescimento econômico, o Banco Mundial - que realiza intervenções de cunho assistencialista e fomenta a expansão da modernização industrial financiando projetos como a expansão da Revolução Verde, que difundiu o modelo de agricultura industrial - também lança mão dos Relatórios do PNUD como referencial para suas políticas de financiamento, com o lema: "Com o Banco Mundial é possível por fim à pobreza" (BANCO MUNDIAL, 2016).

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) buscou uma média que traduzisse maior transparência à questão da distribuição de renda. O índice divide o Produto Nacional Bruto (PNB) pelo indicador *per capita*, ampliando o leque de observação da desigualdade no mapa mundial ao cotejar informações sobre as condições de vida das populações de 130 países. No Relatório fica claro que o modelo de desenvolvimento exportado pelos 24 países mais industrializadas do mundo não trouxe vantagens para os 106 países restantes.

A ampliação e o cruzamento de dados, incluindo informações como quantidade de domicílios que contam com saneamento básico e nível de escolaridade de jovens e adultos contribuíram para descobrir parte da realidade das populações dos países que ingressaram tardiamente na industrialização, mas tal aferição não impediu que as desigualdades inter e intra nações continuem a se exacerbar progressivamente, na mesma proporção em que os desenvolvimentistas profetizaram que aconteceria o

progresso dos países batizados como *subdesenvolvidos*. Seria apenas uma questão de tempo.

Mas já se vão quase 70 anos desde o discurso histórico de Truman e o abismo que persiste entre uma minoria excepcionalmente rica ou milionária e uma maioria ordinariamente pobre ou miserável não foi revertido pelo sistema capitalista, de modo que, como ensina Oliveira (2001, p. 11), o conceito de desenvolvimento mantém-se na "disputa do campo semântico, que se apresenta na arena da política e da hegemonia ideológica". Outra extensão do termo desenvolvimento que auferiu visibilidade a partir das décadas de 1980 e 1990 foi o *desenvolvimento sustentável*, que, como explica Oliveira (2009, p. 36, grifo nosso):

Foi precedido pelo [conceito] de *ecodesenvolvimento* cunhado por Maurice Strong - Secretário-Geral da Primeira Conferência Internacional das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, realizado em Estocolmo, em 1972 - e difundido por Ignacy Sachs, a partir de 1974.

Montibeller Filho (2004 apud Oliveira, 2009, p. 36, grifo nosso) define *ecodesenvolvimento* como:

O desenvolvimento de um país ou região, baseado em suas próprias potencialidades, portanto, um *desenvolvimento endógeno*, sem criar dependência externa, tendo por finalidade a consecução de objetivos sociais e econômicos que proporcionarem uma gestão responsável do meio ambiente.

Note-se que o termo endógeno busca inverter o sentido do crescimento imbricado ao conceito de desenvolvimento, ensejando algo como um autocrescimento, que não priorizaria - mas também não excluiria - a relação com os fatores exógenos, porém, busca utilizá-los em favor da própria força de geração, ou seja, no próprio ambiente de sua criação e produção, o que será abordado adiante com mais detalhe.

O conceito de endogenia tornou-se um dos principais balizadores do Desenvolvimento Local e seu significado revela novamente a influência do funcionalismo nas ciências sociais. O termo endógeno, *lato sensu*, significa:

O que se origina no interior do organismo, do sistema, ou por fatores internos. [Na biologia é algo] que se origina, desenvolve ou reproduz a partir do tecido interno de um órgão ou organismo. [...] Em

geologia, refere-se ao processo de metamorfismo que ocorre no interior de um planeta ou lua. (HOUAISS, 2009, p. 753).

Ainda sobre o desenvolvimento sustentável, em resposta aos efeitos deletérios causados ao meio ambiente pelo modelo de produção industrial, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Comissão Mundial para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (CMMAD), e, a partir do *Relatório Brundtland*, formulado em 1987, com o subtítulo *nosso futuro comum*, afirma que o *desenvolvimento sustentável* tem por finalidade "satisfazer as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades". (UNITED NATIONS, 1987, p. 1, tradução nossa).

Na opinião de Oliveira (2009, p. 37-38, grifo do autor), não obstante a adoção praticamente inabalável do termo *desenvolvimento sustentável* em diversos campos de estudo na contemporaneidade, sua aplicação traz à tona as mesmas imprecisões antevistas em relação ao termo desenvolvimento. Afirma o autor:

*Sustentável, sustentabilidade, desenvolvimento sustentável* tornaram-se conceitos com índices de aceitação popular espantosos, muito em razão do apelo que o conceito de desenvolvimento implica. A percepção do que é ou constitui esse conceito - bem como o seu oposto, isto é, a condição de subdesenvolvimento - está inscrita no imaginário social de maneira arraigada, principalmente nos seguintes aspectos relacionados ao conceito: o impedimento de reflexões mais aprofundadas sobre o seu significado; a sua aceitação praticamente unânime nas diferentes sociedades; as classificações e estigmas que têm perpetrado ao servir às definições dos países do Norte sobre como devem agir as sociedades do Sul, para que estas alcancem o *status* de desenvolvidas.

Já para Esteva (op. cit.), a proposta do desenvolvimento sustentável já nasceu falaciosa. O autor reporta-se ao termo criticamente, chamando-o de desenvolvimento *sustentado*, asseverando que o conceito "foi elaborado explicitamente como uma estratégia para *sustentar o desenvolvimento*, não para dar apoio ao florescimento ou à manutenção de uma vida natural e social infinitamente variada". (Ibid., p. 72, grifo nosso). De acordo com Nascimento (2013, p. 135), o *desenvolvimento sustentável*:

É uma noção fundadora das ciências humanas, que incorpora a preocupação com o meio ambiente como um desafio à continuidade e generalização das formas convencionais de produção e consumo na economia capitalista contemporânea. A preocupação com a *sustentabilidade* modificou a maneira de promover o desenvolvimento

econômico. Trata-se, agora, de um paradigma que chama a atenção para os limites ambientais do crescimento econômico contínuo, excludente e predatório. Sua intenção é, desde logo, evitar o esgotamento dos recursos naturais renováveis, substituir ou reciclar amplamente os recursos não renováveis e impedir a restrição radical do bem-estar social das gerações presentes e futuras.

Antes, porém, do encerramento deste tópico, que por fim é apenas uma introdução sobre a concepção e aplicação do conceito de desenvolvimento em escala econômica, política, social e cultural global, no contexto do capitalismo moderno - no qual emergiu seu significado, estando a sociedade atual já vivenciando a Era Pós-Moderna e em transição para a modernidade líquida, como afirma Bauman (2001) -, ou seja, no âmbito da Teoria Econômica do Desenvolvimento, é mister registrar as contribuições do cientista social e economista paraibano Celso Furtado, no que se refere, especialmente, ao termo antônimo do termo central dessa teoria, qual seja o *subdesenvolvimento*.

As formulações de Furtado, trazidas à baila por De Jesus (2007); Lima (2013) e outros autores que investigam conceitos como *desenvolvimento*, *desenvolvimento local* e as *questões sociais*, correspondem a uma análise meticulosa acerca da formação econômica do Brasil; do avanço das grandes corporações; da macroestrutura do capitalismo global; das relações entre o eixo central e os países do Sul, mas, de acordo com Lima (2013, p. 99), "o tema que Celso Furtado mais se empenhou em decifrar e enfrentar foi o do subdesenvolvimento".

Para Furtado (2000, apud LIMA, 2013, p. 97), "o que prevalece na história do capitalismo é a concentração geográfica das atividades industriais nos países centrais e uma repartição de renda mais igualitária nesses países". Destarte, nos países periféricos a realidade se constrói em outro sentido:

O desenvolvimento de uma sociedade não é alheio à sua estrutura social e, mais ainda, o aumento da eficácia do sistema, em geral apresentado como o principal indicador do desenvolvimento por economistas conservadores, não é condição suficiente para que sejam mais bem satisfeitas as necessidades elementares da população. Tem-se mesmo observado a degradação das condições de vida de uma massa populacional como consequência da introdução de técnicas mais sofisticadas. (Ibid.).

De Jesus (2007, p. 22) lembra que "Celso Furtado, já em 1974, denunciava o mito do desenvolvimento", mas não encontrou nas asserções do economista nenhum



indício que corroborasse o recuo das desigualdades nos países importadores do modelo de desenvolvimento levado a cabo pelas potências industrializadas.

Ao contrário, o economista acredita que essa ideia é "uma prolongação do mito do progresso, elemento essencial na ideologia diretora da revolução burguesa, dentro da qual se criou a [...] sociedade industrial. (FURTADO, 2001, p. 8, apud DE JESUS, 2007, p. 23).

A ideia de que os povos pobres podem algum dia desfrutar das formas de vida dos atuais países ricos - é simplesmente irrealizável. Sabemos agora de forma irrefutável que as economias da periferia nunca serão desenvolvidas, no sentido de similares às economias que formam o atual centro do sistema capitalista. Mas como desconhecer que essa ideia tenha sido de grande utilidade para mobilizar os povos da periferia e levá-los a aceitar enormes sacrifícios para legitimar a destruição de formas de culturas arcaicas, para explicar e fazer compreender a necessidade de destruir o meio físico, para justificar formas de dependência que reforçam o caráter predatório do sistema produtivo? Cabe, portanto, afirmar que a ideia de desenvolvimento é um simples mito. Graças a ela, tem sido possível desviar as atenções da tarefa básica de identificação das necessidades fundamentais da coletividade e das possibilidades que abrem ao homem o avanço da ciência, para concentrá-las em objetivos abstratos, como são os investimentos, as exportações e o crescimento. (FURTADO, 2001, p. 88-89, apud DE JESUS, 2007, p. 23).

Trazendo essa realidade do modelo de *desenvolvimento economicista* para Petrolina e região do Vale do São Francisco, a bem da verdade, muito antes do conceito de desenvolvimento ter sido cunhado, desde a época em que as margens do rio *Opara* eram habitadas pelos povos nativos, de quem esse território foi tomado e batizado de Brasil, os recursos hídricos e as potencialidades naturais do semiárido atraíram os interesses da produção agropecuária no Vale do São Francisco.

Apesar do *transplante colonizador* que foi a transferência do gado bovino para o semiárido, pois aquele não era o tipo de rebanho mais apropriado para a região, já naquela época os interesses econômicos falaram mais alto e os currais foram transferidos para as margens do rio.

Porém, na medida em que as terras do atual estado de Minas Gerais e, posteriormente, dos estados do sul e do centro-oeste foram sendo ocupadas, os rebanhos bovinos do semiárido diminuíram sua importância. Os pastos mineiros, gaúchos, goianos e de outras regiões onde o clima favorece a formação de vegetações mais robustas em relação à caatinga mostraram-se mais vantajosos para a criação dos animais

de grande porte, já que, nessas últimas, há maior abundância de pasto por hectare, de modo que os animais percorrem menor espaço em busca de alimento.

Por razões fisiológicas, ao caminhar menos, o gado enrijece menos os músculos, o que naturalmente torna sua carne mais mole, tendo em vista que o objetivo principal é o abate do gado para o consumo humano, de modo que as regiões com abundância de pasto ganharam a preferência dos criadores. De acordo com Furtado (1995, p. 38), "do ponto de vista de sua estrutura econômica, o Brasil da metade do século XIX não diferia muito do que fora nos três séculos anteriores".

Já chegando ao último quarto do século XX, os investimentos no setor primário da economia do Vale do São Francisco migraram da pecuária para a agricultura, com a priorização da monocultura extensiva, hoje mais propriamente da fruticultura irrigada para exportação. A hegemonia do paradigma moderno, baseado exclusivamente no crescimento econômico, revelou-se na região com a canalização dos investimentos macroeconômicos e estruturais no sentido da adesão ao mercado mundial das *commodities*, baseado no modelo do *agribusiness*.

Assim, no âmbito da produção agrícola, o Vale do São Francisco aderiu à cartilha da Revolução Verde, introduzida no Brasil em meados do século XX, na medida em que o país adotou o uso de agrotóxicos, insumos químicos, mecanização e irrigação intensiva, dentre outros recursos tecnológicos, que a pretexto do aumento da produção e dos lucros das empresas capitalistas provocaram - e continuam a provocar - uma série de prejuízos ambientais, a médio e longo prazos, a exemplo da salinização e empobrecimento dos solos, extinção de espécies endêmicas, contaminação de mananciais, intoxicação de agricultores e consumidores por doenças degenerativas e teratogênicas, dentre outros ônus sociais e ambientais, pois tal modelo de desenvolvimento prioriza o crescimento econômico em detrimento de quaisquer outros interesses, confundindo-se com a exploração predatória dos recursos naturais.

Com o passar dos anos - assim como aconteceu a respeito das consequências e do custo social da modernização propalada pelos países industrializados para abarcar os países batizados como *subdesenvolvidos* - o que se constata é que os lucros gerados pela agricultura moderna, que no Vale do São Francisco destina-se à importação para os países ricos, não são revertidos em benefícios para as populações desses países, mas, ao contrário, promoveram a degradação dos ecossistemas locais, incluindo o elemento humano.

Ainda que a maior parte dos lucros financeiros decorrentes da modernização fossem auferidos pelas populações locais, o ônus decorrente dessa adesão não compensaria os prejuízos ambientais que afetam as gerações presentes, e mais ainda às futuras, como atestam diversos relatórios que abordam os impactos ambientais do desenvolvimento industrial, inclusive os relatórios publicados pela ONU, através do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente, bem como outros estudos no campo da agroecologia. (PNUMA/ONU, 2015); (GLIESSMAN, 2006).

Há países posicionados entre os mais industrializados do mundo que não optaram pela modernização da agricultura. A esse respeito, por mais paradoxal que possa parecer diante de tudo o que já foi incutido pela doutrina desenvolvimentista, é curioso observar que, como observa Schneider (2009, p. 57), "na maior parte das nações em que o capitalismo alcançou um elevado grau de desenvolvimento social e econômico, a agricultura repousa sobre a base de unidades produtivas nas quais a maior parte do trabalho provém da família".

Um desses países é a França, onde a população rural não foi seduzida pelas premissas da modernização da agricultura, em virtude da consciência crítica daquelas populações de camponeses tiveram acerca dos prejuízos provocados ao meio ambiente e aos seres humanos pelo modelo industrial da agricultura. Ademais, perdas como a da soberania, da liberdade, dos conhecimentos advindos da agricultura tradicional, da cooperação mútua e da identidade camponesa não compensariam tal opção, no entender daquelas comunidades rurais e de acordo com a política agrícola interna da França<sup>40</sup>.

Já o Brasil teve suas atividades de extensão rural iniciadas em meados do século XX em conformidade com os interesses econômicos do capital externo. O modelo de

---

<sup>40</sup> O exemplo da França é emblemático. Há de ser enfatizar que as populações rurais da França, um dos países mais industrializados do mundo, recusaram o paradigma da agricultura industrial moderna, por constatarem que o preço ambiental, social, econômico e cultural a ser pago não valeria a pena para os camponeses daquele país. Dessa forma, os franceses não aderiram à proposta da industrialização da agricultura, tendo em vista a noção de que tal mudança surtiria, na verdade, efeitos maléficos, como de fato foi constatado nos países onde as populações rurais foram subjugadas e encaradas como subgrupo produtivo, após a adesão à referida modernização. No processo histórico de escolha do modelo de investimento na agricultura, o Brasil optou pelo agronegócio em detrimento da produção familiar. Se ao invés de beneficiar os interesses de grupos estrangeiros fossem utilizados critérios técnicos e econômicos [do ponto de vista da soberania, da segurança alimentar e do empoderamento das populações rurais do Brasil], a escolha teria sido pela agricultura familiar, como o fez a França. De acordo com Wanderley (2009, p. 36), "a referência às concepções adotadas em outros países demonstra que a opção brasileira não era a única possível e que sua justificativa se amparava, mais do que em razões econômicas ou técnicas, em razões políticas e ideológicas. Apesar da carga histórica de sua lógica extensiva, antissocial e predatória, foi feito como que um voto de *confiança*, uma *aposta* de que a grande propriedade seria capaz de vencer suas limitações técnico-econômicas e adotar uma dinâmica empresarial moderna, bastando para isso apenas o apoio financeiro do Estado".

agricultura assumido pelo país e o seu alinhamento ao discurso da modernização difundido nos países latino-americanos, é descrito assim por Pinto (2008-2009, p. 35):

A Extensão Rural no Brasil teve duas fases distintas de implantação: a primeira promovida por iniciativa do grupo norte americano da prestigiosa família Rockefeller, liderada pelo político e empresário Nelson Rockefeller e a segunda pelo governo brasileiro, em associação com o *Institute of Interamerican Affairs*, em conexão com o *United States Department of Agriculture* (USDA). De acordo com Coloby & Dennett em livro intitulado “Seja Feita a Vossa Vontade”, editado em 1998, o Grupo Rockefeller, detentor de empresas dedicadas à exploração e comercialização do petróleo, à fabricações de máquinas agrícolas e fertilizantes, bem como à produção de sementes, viu o Brasil e a Venezuela como países providos das melhores condições para a ampliação das atividades de suas firmas, internacionalmente.

Como destaca Amaro (op. cit., p. 110, grifo do autor), esse modelo coloca em causa o paradigma dominante denominado de:

*Funcionalista* (porque assente no princípio das funções centrais a desempenhar por cada centro urbano no espaço geográfico à sua volta, e porque inspirado na lógica funcionalista dos processos de desenvolvimento) ou *top-down* ou ainda *from above* (FRIEDMANN e WEAVER, 1979; STÖHR e TAYLOR, 1981; STÖHR, 1984; PECQUEUR, 1989). Segundo esse modelo, o desenvolvimento regional deveria ocorrer do centro para a periferia, das grandes metrópoles e das cidades para as zonas rurais, da nação para as regiões, dos polos de desenvolvimento para as suas "áreas de influência" e, portanto, "de cima para baixo", segundo uma lógica automática de centrifugação do progresso.

Já o modelo francês de produção rural aqui mencionado como exemplo denota uma opção pelo Desenvolvimento Local, lançando mão de recursos e potenciais endógenos, com reversão de benefícios e rendimentos para os próprios camponeses, além de preservar o meio ambiente e a biodiversidade locais. O conceito de Desenvolvimento Local e sua aplicação no âmbito da manifestação cultural das Carrancas do São Francisco, seja quanto à produção das esculturas, seja quanto ao uso da imagem, será apresentado no tópico a seguir.

## 8.2. E o Desenvolvimento Local, o que há de ser?

Após a tentativa acima de apresentar de modo conciso alguns conceitos tão complexos, imprecisos, e por vezes ambíguos que permeiam a etimologia e a definição

de *desenvolvimento*, é finalmente possível imergir no conceito de Desenvolvimento Local, que agrega três fatores pertinentes ao processo de maturação crítica do conceito de desenvolvimento: 1) a sustentabilidade, no âmbito da *preservação do meio ambiente*; 2) a autonomia e o protagonismo dos indivíduos locais, expressos por meio de interesses coletivos, que engendram a formação do *capital social*; e 3) as potencialidades territoriais locais, no que se refere aos *recursos endógenos*.

Juntos, esses elementos constitutivos do conceito de Desenvolvimento Local remetem à busca da satisfação das necessidades e solução dos problemas comunitários. De acordo com De Jesus (2006, p. 26-27), pode-se dizer que se está perante uma iniciativa ou um processo de Desenvolvimento Local "quando se constata a utilização de recursos e valores locais, sob o controle de instituições e de pessoas do local, resultando em benefícios para as pessoas e o meio ambiente do local". Os benefícios ao meio ambiente referem-se à preservação dos ecossistemas locais, ou seja, remetem à perspectiva do desenvolvimento sustentável, que, para Milanez (2003 apud DE JESUS, 2006, p. 27):

É uma nova forma de ver o desenvolvimento, onde, ciente dos prejuízos causados ao meio ambiente pelo desenvolvimento econômico atual, se busca conciliar a continuação do processo de desenvolvimento da sociedade com a manutenção do equilíbrio ambiental planetário.

De acordo com Amaro (Ibid. 108, grifo do autor) o Desenvolvimento Local corresponde sobretudo a uma multiplicidade assinalável de iniciativas de base local:

A partir das quais, actores [sic] locais de muitos tipos e numa grande variedade de situações, tentam encontrar respostas para os problemas colocados pelas crises económicas, tecnológicas, ambientais e políticas que puseram termo ao chamado período dos *anos dourados* do crescimento económico relativamente estável dos 30 anos posteriores à II Guerra Mundial. Tais iniciativas são, desse ponto de vista, a resposta local (das comunidades locais) aos problemas económicos (crises sectoriais [sic], falências, fecho [sic] de empresas, desestruturação das economias locais), sociais (desemprego, pobreza e exclusão social) [...], culturais (marginalização ou descaracterização das identidades, dos valores culturais e dos patrimónios locais, homogeneização cultural) e ambientais (destruição dos ecossistemas locais, falta de saneamento básico, ameaças à qualidade de vida, extinção de espécies, desflorestação [sic]), provocados pelas alterações dos modelos de desenvolvimento após a década de 1970, pela globalização do predomínio economicista e pelas crises dos

Estado-Nação e do Estado-providência (e afirmação das correntes neoliberais).

Trazendo a definição supra para a realidade de Petrolina vê-se que, no âmbito do Desenvolvimento Local, os processos endógenos, inclusive os que se baseiam na geração de renda e de capital social a partir das manifestações da cultura popular, são alternativas pertinentes que merecem ser continuamente analisadas, a exemplo da produção das Carrancas do São Francisco, e, por extensão, das demais esculturas artísticas

A cultura das Carrancas articula-se com o mercado do artesanato local e regional, ensejando canais de comunicação entre culturas e possibilitando a geração de renda, com reflexos no turismo e no comércio locais, não só por meio das vendas das esculturas, mas também das estratégias comunicacionais colocadas em prática pelos protagonistas da arte e do marketing institucional e mercadológico utilizado pelas corporações locais para ampliar suas aceitações nos mercados.

Esses processos artesanais retomaram sua projeção a partir das dinâmicas produtivas e culturais locais, da economia alternativa e da pluriatividade no meio rural<sup>41</sup>. Embora não movimentem cifras tão vultosas quanto o mercado de *commodities* do agronegócio, seus resultados são mais inclusivos e distributivos, revertendo-se em renda e benefícios para as comunidades locais.

As diferenças entre o local e o global vêm diminuindo, de modo que algumas atividades e ocupações que antes não integravam o perfil produtivo do meio rural já concorrem com os setores agropecuários no interior, em termos alternativos para a geração de renda no contexto urbano dos polos de desenvolvimento, como é o caso de Petrolina e Juazeiro. Nesse contexto, as relações de identidade permanecem em evidência, em virtude do simbolismo que se reverte em relações culturais, incluindo nessas relações a formação de capital social e também de capital econômico.

---

<sup>41</sup> A pluriatividade pode ser compreendida como um modo de flexibilização do trabalho e da geração de renda entre as populações rurais, por meio da diversificação das atividades produtivas no campo, quando as populações rurais agregam novos conhecimentos e tecnologias, e, em concomitância com os processos produtivos e culturais locais e tradicionais, ampliam suas capacidades produtivas, profissionais ou artísticas, quando as oportunidades no campo perdem o caráter exclusivista voltado unicamente para as atividades agropecuárias e a matriz produtiva local passa a dividir espaço com atividades e ocupações não-agrícolas, em áreas como *artesanato, comércio, setor de serviços e outras atividades*, inclusive as de perfil industrial, porém, priorizando o capital endógeno. A pluriatividade relaciona-se com o processo de *rurbanização*, já mencionado neste trabalho. De acordo com Del Grossi e Graziano da Silva (2002, p. 45, grifo nosso): "o Novo Rural engloba um conjunto de atividades agrícolas, ligadas tanto à produção em grande escala para a agroindústria como para pequenos mercados diferenciados e *não-agrícolas* no espaço rural (indústrias rurais, prestação de serviços, lazer e moradia)".

Ao contrário do paradigma economicista, que se revelou historicamente concentrador, excludente e predatório - e que em Petrolina encontra-se representado pelo setor do *agribusiness* - a alternativa do Desenvolvimento Local fundamenta-se na sustentabilidade dos recursos naturais e humanos e no potencial da cultura local como gerador de renda e de capital social, tendo como protagonistas e beneficiários os precursores e multiplicadores das iniciativas locais, inclusive na arte, na cultura popular e no artesanato<sup>42</sup>.

Não obstante algumas oscilações pontuais tenham ocorrido na produção das esculturas de Carrancas ao longo dos últimos 130 anos, além de uma curta interrupção produtiva por volta da metade do século XX, para em seguida haver sua refuncionalização, resignificação e reconversão - e apesar de eventuais simplificações estéticas com vistas à inserção das esculturas no mercado do artesanato - a manifestação cultural das Carrancas mantêm-se continuamente presente no imaginário local desde a época das *barcas de figura* até a atualidade.

Hoje, além da tradição das esculturas entalhadas em madeira, esculpidas em pedra ou modeladas no barro, e do diálogo dos escultores populares com as culturas erudita e massiva, a cultura das Carrancas relaciona-se com instâncias mercadológicas e institucionais contemporâneas, tendo expandido sua participação em feiras, ampliando seus espaços em exposições, mantendo o diálogo com os mercados regional e global das artes e do artesanato.

As características produtivas da manifestação cultural das Carrancas, no que concerne ao acesso às matérias-primas para a produção das esculturas, aos meios de produção endógenos e aos recursos humanos locais; suas origens na cultura popular local e o seu produto final imbricado à identidade cultural da região, encontram-se em sinergia com o paradigma do Desenvolvimento Local, cujos princípios são compreendidos em termos da "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". (DE JESUS, 2003, p. 72).

Quanto à questão da sustentabilidade, verifica-se que na produção das esculturas em madeira na região do Submédio São Francisco, atualmente, a espécie preferida é a

---

<sup>42</sup> A arte popular e o artesanato são formas de mediação entre culturas investigadas pela Folkcomunicação e pelas demais teorias contemporâneas da Comunicação, bem como por outros campos científicos como a própria Economia, em virtude da relevância que os demais setores produtivos antes segregados do meio rural adquiriram com o advento da globalização e das tecnologias de comunicação e informação, que reduziram hiatos entre os meios urbano e rural, como referido na nota anterior em relação ao conceito de "Novo Rural".

chamada imburana de cambão (*commiphora leptophloeos*), uma espécie endêmica (nativa), que evidentemente necessita de controle em sua extração, com vistas à preservação. Essa madeira é hoje escolhida devido a sua densidade, que facilita o trabalho de entalhe, mas na época das primeiras figuras de barca do São Francisco a madeira mais utilizada era o cedro (*cedrus*), por ser mais resistente aos impactos e à umidade às quais estavam expostas quando emproavam as barcas. Na época, o cedro era mais abundante na região do centro-oeste baiano.

De acordo com os escultores ouvidos durante a pesquisa de campo, a consciência ambiental existe entre a maioria deles. Os artistas associados à Assape afirmam que já é incentivado entre eles o uso exclusivo da madeira autorizada pelo Ibama para a produção das imagens. E há também artesãos que desenvolveram técnicas de reciclagem e aproveitam até mesmo móveis descartados e restos de árvores caídas naturalmente no chão devido à idade.

No entanto, alguns escultores conhecem pela cor, textura e umidade se a madeira foi extraída ainda jovem, mas só quem trabalha com essa matéria-prima pode reconhecer empiricamente essa característica, de forma que a consciência ambiental difundida entre os próprios artesãos tem sido até aqui a forma de buscar a sustentabilidade, que, para ter o máximo de abrangência, precisaria ainda de ações concretas de reflorestamento.

Não obstante essas ações devam ser incentivadas e praticadas por todos os indivíduos ou corporações que retiram da natureza a matéria-prima de suas produções, deveriam, entretanto, partir, prioritariamente, em termos quantitativos, dos setores do agronegócio ou do próprio Estado, na forma da Lei.

Resta saber nesse caso, se as empresas do agronegócio possuem ações de reflorestamento da mata nativa que vem sendo tombada para o cultivo da fruticultura irrigada em escala industrial, dado que o desgaste do solo requer sempre a busca de novas áreas para manter o cultivo em larga escala, sem que haja perdas na qualidade exigida pelo mercado externo. De acordo com Gliessman (2006, p. 1, tradução nossa):

Apesar de continuar a produzir pelo menos a mesma quantidade de alimentos que produzia no passado, a agricultura mundial está em crise e dá sinais abundantes de que seus princípios produtivos estão em perigo. O sistema de produção da agricultura industrial moderna é insustentável porque deteriora as próprias condições que possibilitam a prática da agricultura.



O fato é que as árvores derrubadas nas grandes extensões de terras abertas na caatinga para a instalação das monoculturas irrigadas - onde dentre outras espécies nativas encontra-se a chamada imburana de cambão, mais indicada para as esculturas em função da sua densidade e leveza - representam uma quantidade de madeira que é centenas de vezes (quijá milhares de vezes) maior, em comparação à quantidade que um artesão necessita para produzir esculturas artísticas com a qualidade mínima requerida por um público geralmente mais exigente, a exemplo dos visitantes da Oficina do artesão Mestre Quincas, em Petrolina - e mesmo para produzir os souvenirs e as Carrancas Vampiro, feitas em série e que também são comercializados na loja da Oficina - ou ainda para as feiras de arte e artesanato e mesmo para os colecionadores e profissionais que atuam no ramo das artes e do artesanato, como *marchands* e comerciantes.

O escultor Roque Santeiro reclama o reconhecimento do processo de reciclagem feito pelos escultores em relação às árvores derrubadas para a instalação dos projetos de irrigação:

Hoje, para as esculturas, nós trabalhamos com a madeira imburana. Só que nós não matamos ela. Nós não desmatamos árvore nenhuma verde. Nós trabalhamos com árvores mortas. Hoje nós estamos dando vida a essas árvores, através do mundo da arte. Quem matou essas árvores não foi o artesão, foi o governo. Isso tudo são árvores que foram mortas nos *projetos de irrigação* Nilo Coelho, Maria Tereza e agora já vai ter o Rio Pontal... Imagine você quantas imburanas vão ser tombadas pelos tratores? Então [...] essas árvores, que foram arrancadas, que foram jogadas nos aceros das roças, *hoje nós estamos reciclando elas*. Só que toda essa madeira que existe nos projetos Nilo Coelho e Maria Tereza, [se fosse] só para os artesãos, se cada artesão vivesse dois milhões de anos não acabaria, porque é um trabalho muito lento e porque ela não acaba com o tempo, quanto mais velha pelo tempo é que ela fica ótima, fica sequinha... Eu tirei duas carradas [de imburana], autorizado pelo Ibama, de uma roça, e o dono da roça se chama Miguel. Aí ele disse: "Roque tudo aí é seu. Agora faça só um São Miguel pra mim". Olhe! Agora imagine você: duas carradas de madeira... Em três anos eu não acabo essa madeira, pra você ver como o trabalho é lento. As vezes você passa 60 dias trabalhando com um pedaço de madeira. (entrevista concedida em 14/09/2013, grifo nosso).

Ao passo que produzem suas esculturas, os artistas reciclam a madeira proveniente da mata que foi devastada em função dos interesses da agricultura moderna. Os artesãos informam ainda que a madeira recolhida dos projetos de irrigação possui autorização do Ibama para ser entregue aos artesãos, o que não seria possível sem um

acordo com a entidade que os representa, no caso, a Assape. Ao fim, os escultores terminam por promover a arte, reciclando uma madeira cuja derrubada não pode mais ser revogada e cujo destino já foi deliberado pelas autoridades do Estado, sendo doada para o uso dos artistas, pois se não o fossem, virariam lenha para forno industrial.

A escultora Carina Lacerda prefere ser chamada de carranqueira, não obstante a diversidade de sua produção. A artista é uma das mais engajadas em relação às questões ambientais. Carina, que um dia pretende deixar a profissão paralela na área de enfermagem para se dedicar apenas às artes plásticas e também é estudante do curso superior de licenciatura em Artes Visuais, na Universidade Federal do Vale do São Francisco (Univasf), enfatiza sua preocupação com a sustentabilidade:

Eu penso em fazer meu TCC relacionado não somente com as esculturas, mas com a forma como eu trabalho com as esculturas, que é já pensando na sustentabilidade, né! Que eu só trabalho com madeira morta, tombada. E muitas vezes eu pego madeira das ruas de Juazeiro e Petrolina, quando as pessoas cortam as árvores, aí eu pego as madeiras pra reciclar. Inclusive, assim... é... 70% da minha produção vendida aqui na Fenearte foram de madeiras que eu peguei nas ruas de Juazeiro e Petrolina e boto na garupa da minha moto e levo pra oficina [do Artesão]. (entrevista concedida 12/07/2015).

Como ponto negativo, com base no discurso coletivo, infere-se que, embora o que prevaleça entre a maioria dos artistas populares entrevistados seja a consciência ambiental e a preocupação com o uso exclusivo de madeira proveniente dos projetos de irrigação, nem todos parecem tão sensibilizados ou dispostos a promover ações de reflorestamento, pelo menos enquanto podem lançar mão da prerrogativa de uso da madeira tombada pelos projetos de irrigação.

A ausência de ações de reflorestamento por parte dos artesãos, excetuando-se uma ou outra capacitação pontual promovida por entidades públicas ou privadas que incentivam essas ações, pode denotar a necessidade de uma maior conscientização nesse sentido, pois mesmo que a quantidade de madeira usada como matéria-prima para as esculturas seja mínima em relação ao que já se encontra no meio ambiente local, madeira está que é proveniente de tombamentos realizados pelos projetos de irrigação, os escultores reconhecem (ao menos no discurso) que o reflorestamento é o único caminho para preservar a espécie que lhes dá sustento.

Entrementes, os artesãos demonstram ter a consciência de que os responsáveis pela derrubada das árvores têm uma carga de responsabilidade proporcionalmente maior

a esse respeito, embora não se tenha conhecimento de iniciativas nesse sentido por parte das corporações do *agribusiness*.

A expansão dos projetos de irrigação intensiva ocasionou de fato grandes áreas de desmatamento, o que deu origem à madeira que pode ser recolhida de maneira legal, por meio de autorização concedida por parte do Ibama à Associação dos Artífices de Petrolina (Assape). Ademais, como explica o mestre Roque Santeiro, "um tronco de madeira muitas vezes é suficiente para o artesão produzir por até seis meses".

Por essa informação, é possível perceber que os impactos ambientais decorrentes da produção das esculturas, na prática, são mínimos, ou mesmo desprezíveis, se comparados aos inúmeros desmatamentos que se sucedem na região desde a ascensão do modelo agrícola industrial na região, chegando, portanto, a ser quase desprezíveis, de modo que, ao contrário, enquanto os artesãos tiverem acesso à madeira proveniente dos projetos de irrigação que continuam a derrubar as espécies nativas, o trabalho com as esculturas promoverá a reciclagem de uma madeira que não mais voltará a ser árvore.

Por fim, um aspecto importante em termos da sustentabilidade, que apesar de exceder o *corpus* desta pesquisa requer certa preocupação no âmbito da produção das esculturas e carece ainda de maior análise em trabalhos futuros, é concernente à produção das esculturas em povoados e comunidades do Vale do São Francisco especializados na produção em larga escala das Carrancas Vampiro para abastecer diversos pontos de venda de artesanato, não só na região como no restante do nordeste e no Brasil, a exemplo do distrito Flamengo, em Jaguarari/BA, também localizado no Submédio São Francisco, próximo ao polo Petrolina/Juazeiro.

Essa produção, guardadas as proporções, aproxima-se da larga escala, e ao passo que inclui novos artesãos e amplia a geração de renda, implica em maiores preocupações com a manutenção das fontes de matéria-prima, por meio de sua recomposição via reflorestamento, de modo a garantir a sustentabilidade da atividade. Este é um campo amplo a ser investigado no norte da Bahia, onde essa produção em larga escala foi observada, de modo a que se possa conciliar a atividade às preocupações ambientais mais presentes na sociedade atual.

Retomando os demais aspectos do Desenvolvimento Local imbricados à manifestação cultural das Carrancas, viu-se que os primeiros escultores das *figuras de barca* do São Francisco eram imaginários (escultores de santos), que se tornaram também carranqueiros, dialogando com os representantes das instâncias eruditas, dos mercados das artes e das comunicações massivas, ampliando a visibilidade de suas

obras, tornando-as, também, produtos de exportação para outras regiões e assumindo uma posição de emancipação, autonomia e protagonismo local diante de uma alternativa de produção e geração de renda imbricada à arte popular.



Figura 85: Etapa de empacotamento das Carrancas produzidas em série no povoado de Flamengo, distrito de Jaguarari/BA. A produção em larga escala abastece pontos de venda de artesanato em locais como rodoviárias, pontos turísticos do nordeste, além de lojas localizadas em rodovias que se destinam a Salvador/BA. Fonte: [http://www.idesanordeste.org/#!DSC\\_0038.JPG/zoom/c1thm/image\\_1ch9](http://www.idesanordeste.org/#!DSC_0038.JPG/zoom/c1thm/image_1ch9).

Assim, os escultores ampliaram suas influências e num momento posterior organizaram-se associativamente, o que ensejou um modo de autonomia e de defesa dos interesses coletivos que também se apresenta como indicativo de Desenvolvimento Local. Essa autonomia não se confunde com individualismo. De acordo com Castoriadis (1975, apud MATOS, [entre 2000 e 2014], p. 4), essa autonomia surge como um movimento emancipatório aqui compreendido como uma ação de grupos da sociedade organizada, que se desdobra por fim na construção de capital social. Ainda segundo o autor, essa autonomia resulta da *práxis* que é:

O fazer onde o outro ou os outros são vistos como seres autônomos e considerados como agentes essenciais do desenvolvimento de sua própria autonomia. [...] Na *práxis* a autonomia do outro ou dos outros é um fim e um meio; a *práxis* visa à autonomia como um fim e a utiliza como um meio.

Essa *práxis* evocada por Castoriadis remete à autonomia dos primeiros escultores das *figuras de proa* do Vale do São Francisco, quando protagonizaram a refuncionalização, a resignificação e a reconversão de suas obras com vistas à manutenção da atividade e, posteriormente, à manutenção da produção pelos novos artistas populares que dão continuidade à cultura das Carrancas. Com base nessa *práxis* que promove a autonomia, Matos ([entre 2000 e 2014], p. 4) afirma que:

Escoimado do individualismo, este conceito de autonomia implica na construção de sujeitos sociais, estruturados na prática sistemática da reflexão crítica para a formação da autoconsciência, desenvolvendo a capacidade de determinar sua própria história, sem dependência nem para fora nem para dentro.

As relações dessa assertiva com a questão do senso crítico que desperta as potencialidades, a autonomia e a emancipação das populações marginalizadas são vistas, dessa forma, por Morin (apud MATOS, [entre 2000 e 2014], p. 4):

Pode-se conceber, sem que haja um fosso epistêmico intransponível, que a autorreferência conduza à consciência de si, que a flexibilidade conduza à reflexão, em resumo, que apareçam sistemas dotados de tão alta capacidade de auto-organização que conduzam a uma misteriosa qualidade chamada consciência de si.

Por meio de uma atitude reflexiva e autocrítica, lançando mão de adaptações produtivas e organizando-se posteriormente de maneira associativa, os artistas populares do sertão do São Francisco mantiveram a produção das Carrancas, inserindo-se em novos mercados e ampliando as possibilidades de geração de renda em âmbito local. Tal consciência induz a uma forma de autonomia e satisfação profissional, como se verifica no conteúdo do discurso do artista popular Roque Santeiro: "você ser um bom escultor, na arte, tem um lado compensador, o lado da liberdade, você [poder] fazer o que gosta".

Matos (op. cit., p. 1) acredita que a autonomia das comunidades em relação aos agentes externos é fator de relevância para a proeminência das necessidades e interesses locais, nesse sentido, a organização das comunidades é apontada como fator de criação da autonomia coletiva.

Essa autonomia pode ser expressa, inclusive, através de modelos associativos, que conferem um maior nível de confiança entre os membros de comunidades possuidoras de interesses comuns, além de independência e liberdade diante das variáveis exógenas.

Essa perspectiva corrobora as afirmações de De Jesus (2007, p. 17), segundo as quais, no âmbito do Desenvolvimento Local, "a recorrência à participação se intensifica e os processos de produção de bens e serviços, com suas relações sociais de produção, ora se inovam [e] por vezes sofrem adequações", conquanto o autor enfatize que essas relações de produção "quase sempre parecem manter as questões mais estruturais, como, por exemplo, aquelas relacionadas com a distribuição de renda". (Ibid.). As

relações entre identidade cultural, autonomia e associativismo na formação do capital social serão vistas no tópico a seguir.

### **8.3. Identidade cultural, autonomia e associativismo: alguns indicadores de capital social para o Desenvolvimento Local**

Levando-se em consideração a organização do trabalho associativo que no âmbito da produção das esculturas de Carrancas em Petrolina surgiu ainda em 1989, com a criação da Oficina do Artesão Mestre Quincas, tendo sido ampliado com a fundação da Associação dos Artífices de Petrolina, em 1998, vê-se que a manifestação cultural das Carrancas contribui para a emancipação e autonomia dos artistas populares que se dedicam à arte das esculturas no Vale do São Francisco.

Observa-se que a atividade dos carranqueiros e demais escultores de Petrolina encontra-se desvencilhada de fatores exógenos, representando uma produção artística inspirada na identidade cultural local, que enseja a geração de renda e de capital social com base no trabalho associativo<sup>43</sup>. Sobre as relações entre o associativismo e a geração de capital social, Aguiar e Ferreira Neto (2014, p. 3) ressaltam que:

A discussão sobre a mensuração do capital social ainda está inacabada e não existe um padrão na literatura, tendo em vista as diferentes concepções sobre o tema. Mas existe um consenso de que a participação dos cidadãos em associações pode indicar a presença de capital social.

O conceito de *capital social* é recente no campo das ciências sociais e apresenta pontos divergentes entre os seus articuladores teóricos mais conhecidos. Matos (op. cit., p. 2) vê essa distinção como descrito a seguir, primeiramente assinalando o enfoque dado ao conceito pelo sociólogo norte-americano James Coleman, discípulo de Merton e Lazarsfeld, para em seguida prosseguir com a crítica aos demais:

Sem a pretensão de realizar uma crítica mais profunda sobre diversos enfoques teóricos da questão do capital social, procuramos esclarecer

---

<sup>43</sup> Não se pode perder de vista que, além da produção das esculturas por meio do trabalho associativo cujos objetivos e interesses são coletivos, e, nesse sentido, geradores de capital social, revelando uma autonomia de grupo, a atividade de carranqueiro também é exercida de maneira autônoma por trabalhadores individuais, seja como ocupação principal, seja como complemento de renda. No entanto, para efeito de avaliação do capital social, priorizou-se neste trabalho os dados relativos aos escultores associados.

alguns equívocos mais significativos. Em primeiro lugar, o tratamento economicista dado ao conceito de capital social como uma categoria objetiva mensurável como as categorias econômicas. Coleman (1994:300), uma das principais referências nessa formulação conceitual, considera que o capital social está sujeito a uma lógica de acumulação e reprodução, determinada por escolhas racionais dos atores sociais no estabelecimento de estruturas de relações, instrumentalmente associadas à eficácia da ação coletiva. Estruturas que podem ser criadas a partir da confiança mútua entre os indivíduos e que se traduzem na estabilidade das instituições, normas e obrigações recíprocas, garantindo a eficiência do esforço coletivo e a eficácia dos investimentos individuais. Deixa de lado da sua abordagem todos os aspectos subjetivos das relações sociais que fogem à racionalidade, desprezando todas as contribuições da sociologia moderna que reservam um espaço privilegiado para o simbólico e para o imaginário.

O enfoque proposto por Coleman, de cunho economicista, serviu de inspiração para as iniciativas do Banco Mundial, que elaborou indicadores com o intuito de medir níveis de acumulação de capital social. De acordo com Aguiar e Ferreira Neto (op. cit., p. 13):

O Banco Mundial é uma das principais instituições que vêm, constantemente, desenvolvendo um debate teórico sobre capital social. Para esta instituição, o capital social é visto como uma alternativa possível de associação entre aspectos da economia e da sociologia.

Já o cientista político e professor de Harvard, Robert Putnam, apresenta uma visão mais positivista, determinista e restritiva em seu enfoque sobre o capital social. Para Putnam (apud Matos, p. 2), "o capital social diz respeito a características da organização social como confiança, normas, e sistemas que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas". Ao cotejar ambas as perspectivas, Matos (op. cit., p. 2) afirma:

[Putnam] está preocupado em medir o capital social por meio de indicadores e correlacioná-los com os índices de desenvolvimento econômico e institucional. Essa abordagem termina por enredá-lo numa tese inaceitável do ponto de vista sociológico, que defende a existência de um determinismo da história sobre a capacidade atual de organização de um povo. Segundo suas conclusões, só conseguem acumular capital social aqueles povos que têm uma longa tradição de solidariedade, cooperação e associativismo. Suas correlações estatísticas entre um conjunto selecionado de variáveis indicam que as regiões da Itália que tinham tradição de atitudes positiva face à vida coletiva mais democrática e liberal foram justamente aquelas que se

desenvolveram nos últimos 20 anos, ao contrário dos que não tinham essa tradição, que continuam amargando o atraso.

Ainda segundo Matos (Ibid.), o meio acadêmico italiano critica Putnam pelo viés positivista de suas análises quantitativas e pela seleção das variáveis estudadas que deixam de fora da análise categorias centrais, processos sociais como poder, conflitos, etnia, gênero, relações público-privado, privilegiando variáveis com relações significativas do ponto de vista estatístico. "Não é possível, aceitar, pois, a tese de um capital social determinado por tradições centenárias como pretende Putnam, ou pela escolha racional, como defende Coleman". (Ibid., p. 3).

Seguindo uma linha dialética na busca pelo conceito de capital social, essa ambiguidade conceitual foi alterada pelas proposições de Pierre Bourdieu, em sua definição de capital social. E é essa perspectiva que vai interessar mais de perto a este trabalho, tendo em vista sua concepção simbólica e sua "releitura dos conceitos de acumulação e de apropriação" (Ibid.). Para o sociólogo francês, *capital social*:

É o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma *rede durável de relações* mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento ou de *inter-reconhecimento* ou, em outros termos, a *vinculação a um grupo*, como um conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros ou por eles mesmos), mas também são unidos por *ligações* permanentes e úteis. Essas relações são irredutíveis a relações objetivas de proximidade no espaço físico (geográfico) ou no espaço econômico e social porque são fundadas em trocas inseparavelmente materiais e simbólicas cuja instauração e perpetuação supõem o reconhecimento dessa proximidade. (BOURDIEU, 1998, p. 67, grifo do autor).

Nessa definição, afirma Matos (op. cit., p. 3), Bourdieu reforça dois enfoques fundamentais à orientação conceitual de capital social:

O primeiro é a relação de *identidade grupal* como base da formação e da posse durável das *relações sociais que formam a essência do capital social*. O segundo é o duplo caráter, *material e simbólico*, dessas relações, compreendendo a complexidade e a irredutibilidade do capital social a registros meramente objetivos e racionais.

O conceito de capital social foi formulado em função das redes de relações, dentre as quais se encontra o associativismo. Cabe lembrar ainda, de acordo com Bourdieu (1998, p. 67), que:



O volume de capital social que um agente individual possui depende da extensão da rede de relações que ele pode efetivamente mobilizar e do volume de capital (econômico, cultural ou simbólico) que é posse exclusiva a cada um daqueles a quem está ligado.

Ainda para Bourdieu (Ibid.), "os lucros que o pertencimento a um grupo proporciona estão na base da solidariedade que os torna possível". Trazendo essa consideração para o âmbito da manifestação cultural das Carrancas, é lícito inferir que a identidade cultural local - refletida como relação de pertencimento - enseja a geração de capital social, considerando a união de esforços e a solidariedade que envolve o trabalho associativo, que por sua vez proporciona autonomia coletiva aos participantes do grupo. Aguiar e Ferreira Neto (op. cit., p. 8-9) afirmam que:

A reunião de esforços daqueles que vivem situações semelhantes, torna-se uma forma eficaz para criar alternativas para o enfrentamento e a busca de soluções para os diversos problemas vigentes. O associativismo em sentido amplo, compreende toda iniciativa formal ou informal por meio da qual um grupo de pessoas ou de instituições busca realizar determinados interesses comuns, sejam eles econômicos, sociais, políticos ou culturais. A associação distingue-se de outras entidades pela dupla identidade dos associados, que são ao mesmo tempo donos e usuários da associação. Como donos, eles devem tornar seu negócio rentável e competitivo dentro do seu ramo de atividade e como usuários, eles devem definir o tipo e a qualidade dos serviços a serem prestados.

Sob a perspectiva do Desenvolvimento Local, a cultura das Carrancas apresenta-se como uma atividade na qual dezenas de artesãos ocupam-se integral ou parcialmente da produção de esculturas em madeira, e, em menor quantidade, em barro e pedra. E ainda que nem todos elejam as Carrancas como tema de suas obras, a maioria possui com essas últimas uma relação que pode ser classificada como *congênita* no que concerne ao trabalho de produção das esculturas artísticas no Vale do São Francisco<sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup> Embora não haja vinculação desta pesquisa com a perspectiva positivista ou funcionalista de investigação científica, o termo *congênito*, aqui tomado de empréstimo das ciências biológicas, tenta apenas, por analogia, clarificar uma explicação sobre as origens do setor produtivo das esculturas artísticas na cidade de Petrolina, pois foi a partir das esculturas das Carrancas que as artes visuais e o artesanato da região tornaram-se mais conhecidos. Ferreira (1999, p. 453), assim define a palavra congênito: "[do lat. *congenitu*.] Gerado ao mesmo tempo. Nascido com o indivíduo, conatural, conato, inato". Não se pode olvidar, porém, que essa dinâmica em relação à temática das esculturas no Vale do São Francisco já havia se dado antes em sentido inverso, quando do surgimento das *figuras de barca* no curso do rio, pois alguns dos primeiros escultores eram *imaginários* de ofício (escultores de santos) e se tornaram também carranqueiros. Já os trabalhos de carpintaria e marcenaria também tinham o seu valor para a igreja católica, tanto na estrutura das edificações e na construção de altares e bancos, como na

Afinal, as *figuras de barca* são anteriores até à própria fundação de Petrolina e contemporâneas do período inicial de desenvolvimento econômico do Vale do São Francisco.

A solução encontrada pelos artistas populares dedicados à arte das Carrancas no Vale do São Francisco, após o fim das *barcas de figura*, por meio da refuncionalização, resignificação e reconversões econômica e simbólica das imagens, revelou-se como uma estratégia autônoma, que também se encontra em consonância com outra premissa do Desenvolvimento Local, qual seja o da resposta endógena às necessidades locais, que, como afirma Amaro (op. cit. p. 109), "deve basear-se na utilização dos recursos e capacidades da própria comunidade".



Figura 86: Em ruas, pontos turísticos, áreas públicas e privadas de Petrolina é possível encontrar Carrancas como as duas acima (de autoria desconhecida), expostas na orla fluvial da cidade. Foto do autor: 12/03/2014.

Quanto à autonomia dos escultores populares do Vale do São Francisco e o associativismo ao qual aderiram como resposta ao contexto econômico, social e cultural contemporâneo, e que afinal mantém a manifestação cultural das Carrancas em evidência como referência da identidade cultural local, Matos (op. cit., p. 3-4) lembra que essa autonomia coletiva relaciona-se com o conceito de *sujeito social*, como explica a seguir:

Antes de discutirmos a autonomia das bases comunitárias locais, que julgamos indispensáveis à formação e à apropriação do capital social

---

concepção de imagens sacras para compor o dossel sagrado. Pode-se inferir que os carpinteiros e marceneiros, que eventualmente também trabalhavam como *imaginários*, tinham a liberdade de migrar para o trabalho de construção das barcas nos estaleiros, onde poderiam transferir as habilidades adquiridas na arte de esculpir santos para as figuras de proa ou vice-versa. Pardal (2006, p. 206 apud MAMMI, 2015, p. 31, grifo nosso) corrobora essa ideia ao registrar o início da trajetória artística do escultor Francisco Biquiba Gurany: "[Com a morte do pai], em 1898, Francisco Guarany, então com 16 anos, empregou-se como *imaginário* (escultor de arte sacra) junto ao mestre João Alves de Souza, da cidade de Barra, na confluência entre o rio Grande e o São Francisco. Logo passou a produzir Carrancas, mais rentáveis, sem deixar, de vez em quando, de esculpir imagens religiosas (oratórios e até altares entalhados).

pela própria comunidade, será necessário estabelecer o conceito de sujeito social para caracterizarmos um coletivo organizado como uma categoria diferente dos indivíduos que a compõem, uma totalidade autoconstituída, se exprimindo pelo reconhecimento recíproco e por sentimento de inclusão, que se caracteriza pelo uso da primeira pessoa do plural "nós". "Ao contrário do sujeito individual, o sujeito social não se define a partir de um substrato orgânico que lhe garantiria a integridade. E apenas uma organização, uma unidade postulada, construída, que pretende se garantir a si mesma, para estabelecer a lei que especifica o social". (BAURUS-MICHEL, 1987:27). [...] As prerrogativas dos direitos individuais, preconizadas pelo liberalismo, se contrapõem à necessidade imperiosa de regulação social pela interferência e mediação de instâncias coletivas, nas quais os direitos de um indivíduo se traduzem nos conceitos de autonomia e compromisso social.

#### 8.4. Agora, sim: a economia no âmbito do Desenvolvimento Local

Após os aspectos primordiais do Desenvolvimento Local terem sido abordados no tópico acima, cabe agora especificar as variáveis mais propriamente econômicas relativas a essa perspectiva. Tal aspecto é representado pela geração de renda para os artistas locais e pela valorização de imagens corporativas em termos mercadológicos e institucionais locais, revertendo-se em reconhecimento das marcas e consequente retorno financeiro e institucional.

A economia não se encontra excluída na perspectiva do Desenvolvimento Local, embora não seja o fator preponderante ou prioritário desse paradigma, mas, ao contrário, integra o seu contexto no sentido da complementaridade, e está sujeita aos parâmetros precedentes de *protagonismo* e *autonomia locais*, *recursos endógenos*, *sustentabilidade*, *associativismo* e formação de *capital social*, o que, por conseguinte, estimula a aquisição de capital econômico pelos indivíduos locais.

No contexto da geração de renda, retomando o quarto final do século XX, eis que foi verificado um *boom*, ou seja, uma explosão, em sentido figurado, na produção das esculturas zooantropomorfas no Vale do São Francisco, especialmente num momento em que se iniciava a modernização do polo Petrolina-Juazeiro, através de uma série de obras estruturadoras de grande porte, a exemplo da ponte ligando as duas cidades, construída durante a década de 1950; da Usina Hidrelétrica de Sobradinho - administrada pela Chesf e localizada a 50 quilômetros do centro de Petrolina, cuja construção teve início em 1973 - e outros investimentos estatais, como explicam Pereira e Carmo (2010, p. 5):

A partir de 1940 até o início da década de 1960, o Estado realizou um plano de desenvolvimento para o Vale do São Francisco, para contornar o que se acreditava ser um dos principais motivos do atraso do desenvolvimento da região nordeste, as secas repetitivas. O objetivo prioritário era o aproveitamento das águas do São Francisco para a geração de energia elétrica, o que deveria resolver o abastecimento de todo o nordeste e, ao mesmo tempo, impulsionar a industrialização da região, além disso, também serviria como suporte essencial à instalação dos futuros projetos de irrigação.

Note-se as coincidências entre o discurso proferido em 1949, por Harry Truman, nos Estados Unidos - com o objetivo de expandir o modelo de desenvolvimento industrial e combater o que ele chamou de subdesenvolvimento nos países periféricos - e o projeto de modernização executado pelo governo brasileiro na região do Vale do Francisco. Apesar dos impactos ambientais e sociais decorrentes dessas intervenções modernizadoras, suas obras foram concretizadas.

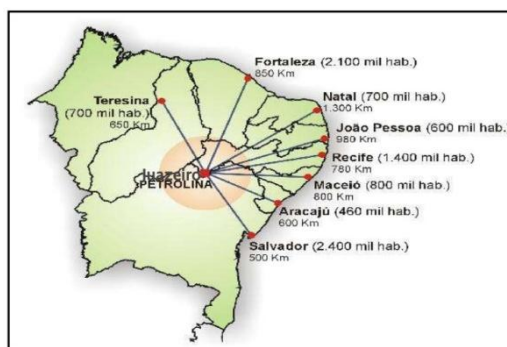


Figura 87: Loja de artesanato no aeroporto de Petrolina tem as Carrancas como principal lembrança da cidade à venda para os passageiros. *Foto do autor: 02/08/2016.*

No mesmo período, outras empresas estatais e instituições financeiras, de infraestrutura e de pesquisa ampliaram a presença na região instalando-se ou abrindo filiais em Petrolina e Juazeiro, a exemplo do Banco do Nordeste (BNB), que concede empréstimos e financiamentos para aquisição de máquinas e insumos da agricultura moderna; a Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco (Codevasf), que executa projetos estruturais e de irrigação, e a Embrapa, que atua no campo das pesquisas em agropecuária, dentre outras.

A inauguração da ponte Presidente Dutra propiciou um aumento no fluxo de migrantes e viajantes, por ocasião dos deslocamentos entre os estados do nordeste e do

sudeste. Esse aumento na circulação de pessoas, ampliou também os investimentos no comércio local para atender as demandas da população fixa e circulante.



Mapa 07: Principais distâncias entre capitais do nordeste e o polo Petrolina-Juazeiro, que pode ser visto como uma encruzilhada da região no caminho rodoviário em direção ao sudeste. Fonte: [http://www.abep.nepo.unicamp.br/encontro2010/docs\\_pdf/eixo\\_1/abep2010\\_2446.pdf](http://www.abep.nepo.unicamp.br/encontro2010/docs_pdf/eixo_1/abep2010_2446.pdf).

As características rurbanas do polo Petrolina/Juazeiro, com seu crescimento demográfico e o intenso fluxo de turistas; executivos; profissionais liberais; funcionários públicos; empresários; pesquisadores; acadêmicos e outras categorias de profissionais brasileiros e estrangeiros<sup>45</sup>, que moram ou visitam a cidade, ampliaram a visibilidade da cultura local, gerando demanda para a produção das Carrancas e oportunidades para os artesãos. Além dos escultores associados, há os que trabalham individualmente, como o senhor José Machado, que vende pequenos chaveiros em formato de Carranca Vampiro, ao preço de R\$ 3 reais, na feira livre do bairro João de Deus, na periferia da cidade (Figura 88).

O que já era característico do polo Petrolina/Juazeiro desde a época da navegação de carga no rio São Francisco, quando o local tornou-se ponto de confluência, intercâmbio e empório cultural e comercial do semiárido brasileiro, manteve-se em evidência após a construção da ponte que liga Pernambuco e Bahia, já que houve um aumento no fluxo de viajantes que passam pela cidade ao seguirem do interior nordestino para o sudeste, centro-oeste e sul do Brasil, e em sentido inverso.

Dessa forma, o crescimento populacional, não só em virtude da taxa de natalidade, mas também da imigração, inclusive de estrangeiros; as relações internacionais com representantes e executivos de empresas europeias e norte-americanas importadoras de frutas visitando ou morando temporariamente na cidade; a instalação de universidades e centros de pesquisa; a ampliação da rede hoteleira; a

<sup>45</sup> Essa tendência de imigração continua. Em fevereiro de 2015, o portal de notícias G1 publicou matéria com o seguinte título: "Crescem pedidos de permanência por estrangeiros no Vale do São Francisco".

divulgação do turismo de lazer e de negócios e o perfil de seus habitantes conferiram características um tanto cosmopolitas a essas duas cidades do sertão nordestino.



Figura 88: Além dos carranqueiros que trabalham associativamente, há os que produzem individualmente, caso de José Machado, que trabalha como agricultor, mas nos fins de semana comercializa em feiras livres as pequenas Carrancas (chaveiros e canetas) que esculpe à noite, após o trabalho na roça. Devido à boa aceitação de suas peças, José passou a atender também encomendas de lojistas. Foto do autor: 30/07/2016.

Com a ampliação do fluxo de veículos, aumentaram também as relações comerciais com os passageiros dos ônibus, durante as paradas na rodoviária, e dos veículos de passeio que abastecem e consomem nos postos de gasolina, restaurantes e pontos turísticos, ou pernoitam na cidade; no vai e vem da ponte, de pessoas que seguem entre os estados nordestinos do Piauí, Ceará, Paraíba e Rio Grande do Norte para o sudeste e outras regiões, oportunidades surgiram também para a venda das esculturas e *souvenires* com imagens das Carrancas.

Diferente do trajeto feito por quem embarca na zona litorânea do nordeste, o percurso feito pelos sertanejos que descem em sentido sul, inevitavelmente passa pela ponte Petrolina/Juazeiro<sup>46</sup>. No contexto simbólico e apotropaico contemporâneo, para além dos *souvenires*, as Carrancas destinam-se a proteger os passageiros dos ônibus e carros de possíveis infortúnios durante a viagem e dos perigos e *azares* que os esperam nos espaços urbanos das metrópoles para onde se encaminham.

<sup>46</sup> A ponte que une Petrolina e Juazeiro é outro recurso imagético a compor o cartão postal das duas cidades. Quando a ponte foi construída, as *barcas de figura* já não navegavam mais e as Carrancas passaram a ser vistas apenas de forma resignificada, de modo que hoje são fixadas nos castelos de proa das atuais barcas de ferro movidas a diesel que realizam a travessia entre as duas cidades. Essas imagens, presentes na memória visual de muitos brasileiros que já a atravessaram nas viagens entre o nordeste e o sudeste do país talvez explique o sucesso da música *Petrolina-Juazeiro*, composta na década de 1980 pelo compositor pernambucano Jorge de Altinho. Considerada pelo autor como o "hino dos barzinhos do nordeste", a música foi gravada pelo Trio nordestino e por artistas como Geraldo Azevedo, Alceu Valença, Elba Ramalho, Fagner, dentre outros. Tanto a ponte, como as Carrancas e as cidades de Petrolina e Juazeiro continuam a inspirar outros artistas da música popular brasileira, a exemplo de Caetano Veloso, que compôs *O ciúme*, Geraldo Azevedo e outros artistas regionais.





Figura 89: A manifestação cultural das Carrancas apresenta ampla visibilidade, que vai desde a produção do feirante da foto anterior até as exposições em museus, salões e centros de arte, como o Instituto Moreira Sales do Rio de Janeiro (foto acima), que no primeiro semestre de 2016 sediou a exposição *A Viagem das Carrancas*, com esculturas centenárias do acervo de museus e colecionadores. Uma manifestação da cultura local que excede a fronteira regional. *Foto do autor: 10/03/2016.*

Aliaram-se aos fatores de estímulo às vendas, além do simbolismo da imagem e da localização geográfica privilegiada, a ampliação da rede hoteleira para atender ao turismo de lazer e de negócios; o crescimento demográfico; a ampliação do setor bancário; a instalação de universidades e centros de pesquisa e o intercâmbio comercial com outros países, fatores esses que contribuíram para o crescimento dos setores de comércio e de serviços na cidade, refletindo-se na visibilidade da manifestação cultural das Carrancas.



Figura 90: Loja de artesanato Destaque, na rodoviária de Petrolina renova frequentemente seu estoque de Carrancas e outros *souvenirs* com a imagem, como camisas, chaveiros, canetas e demais reconversões. Local tornou-se estratégico para a venda de pequenas e médias Carrancas no estilo vampiro (mais comerciais), devido à grande circulação de passageiros. *Foto do autor: 29/07/2016.*

Nessa mesma época, o trabalho de Ana das Carrancas já repercutia em Petrolina e no nordeste e começava a ser reconhecido como patrimônio da arte popular brasileira, contribuindo ainda mais para a consolidação da imagem. Faltava pouco para que

Petrolina assumisse uma posição de destaque na produção das esculturas para o mercado regional do artesanato, que por sua vez já dava sinais de que as imagens das Carrancas haviam chegado para ficar.

Foi então que surgiu, entre os anos de 1970 e 1980, o impulso que faltava para a consolidação da cidade como polo produtivo de Carrancas no Vale do São Francisco, juntamente com Juazeiro/BA, cidade vizinha e uma das pioneiras na produção das Carrancas, em virtude da tradição dos seus estaleiros na época da construção das antigas *barcas de figura*; além de Santa Maria da Vitória/BA e Pirapora/MG.



Figura 91: Funcionárias Socorro e Madja, da loja Destaque, na rodoviária de Petrolina, mostram alguns dos produtos gerados a partir das imagens de Carrancas, a exemplo de canetas, chaveiros e esculturas em pedra. Ambas ratificam ser a Carranca o produto mais procurado como símbolo da cidade. Foto do autor: 29/07/2016.

Coube ao mestre Bitinho, por meio de mais uma reconversão, introduzir no mercado um novo estilo de Carrancas, que ficou conhecido como *Carranca Vampiro*, cuja feição é de fácil reprodução. Essa inovação terminou por criar um estilo padronizado da Carrancas, permitindo sua reprodução em série, ainda que não tenha sido essa a intenção do artista.

Ao criar esse modelo inspirado em um personagem do cinema, Bitinho contribuiu para ampliar a visibilidade da manifestação, apesar da controvérsia que essa inovação trouxe, pois o estilo Vampiro foi *acusado* de provocar uma espécie de banalização da imagem, já que pairou sobre ele o estigma do *kitsch*<sup>47</sup>, o que remeteria

<sup>47</sup> Diz-se de, ou estilo, ou material artístico, literário, etc., considerado de má qualidade, em geral de cunho sensacionalista ou imediatista, e produzido com o especial propósito de apelar para o gosto popular: "o *kitsch* é a estética do digestivo, do culinário, do agradável-que-não-reclama-raciocínio". (José Guilherme Merquior, *Formalismo e Tradição Moderna*, p. 13-14. (FERREIRA, 1999, p. 1173).



ao gosto mediano ou majoritário, quando a possibilidade da produção em série de obras artísticas declina a arte original, em função da repetição e do modismo.

Porém, apesar da crítica, há outros aspectos a serem considerados em relação a essa acusação, pois hoje pode-se inferir que a novidade introduzida por Bitinho resultou em mais benefícios que prejuízos no âmbito da manifestação cultural das Carrancas. Afinal, a cultura das Carrancas não haveria de estar imune as modificações decorrentes da já referida hibridação cultural, inerente aos tempos pós-modernos.

A popularização do estilo *vampiro* ampliou os canais de distribuição, dado a possibilidade do aumento na produção e concedeu maior visibilidade às imagens das Carrancas. O lado negativo dessa popularização, se é que se pode falar assim - e que continua sendo alvo de críticas por parte da ala mais tradicional dos estudos do folclore regional - é o da padronização, já vislumbrada no emblemático texto de Benjamin (1980), o que denotaria a consecução de obras desvinculadas da essência das obras originais.



Figura 92: Modelo singular de Carranca, ainda em fase de acabamento, de autoria de Cícero Rodrigues (em segundo plano), eclético escultor da nova safra de artistas da Oficina do Artesão Mestre Quincas. Foto do autor: 15/07/2016.

Por outro lado, atualmente essa aceção correria o risco de segregar o acesso dos setores populares a algo que lhes pertence por ordem de criação, bem como, viria a despojar das massas um objeto que ascendeu da própria cultura popular, mesmo sendo essa a sua versão massificada, o que se converteria em uma ambiguidade, já que a arte popular advém do próprio povo.

O sucesso do estilo vampiro foi tamanho, no sentido da popularização da imagem, que há de se considerar também sua contribuição para a ampliação da visibilidade do estilo tradicional das Carrancas Guarany, na medida em que despertou a curiosidade e o interesse de um número maior de pessoas pela manifestação cultural das

Carrancas, levando os apreciadores e admiradores da arte popular e do artesanato que entram em contato com essa cultura a buscarem maiores informações sobre o estilo original.

Não obstante o apuro estético do estilo Guarany ser detentor da vitalidade e da essência da obra de arte original, não se pode desconhecer as estratégias de reconversão que permitem aos artesãos contemporâneos inserirem-se nos meios massivos (uma realidade da cultura pós-moderna), como forma de geração de renda através da arte popular. Afinal, ao povo não se pode negar o acesso à sua própria arte. E como afirma Moreira (2016, p. 8):

Na correlação entre produção e consumo, o *kitsch* pode representar uma função mediadora, como fator de ampliação do auditório e vontade de um repertório mais amplo. Insistimos, saber colocar-se dentro deste olhar é tentar compreender também a dinâmica social e o ponto de vista do outro, no caso de uma classe social de baixo poder aquisitivo e pouco acesso a bens da cultura erudita.

De fato, quando a arte se populariza, quando sua iconografia avança para além do cotidiano criador, alcançando o cotidiano plural, ou seja, quando ocorre a massificação, pode advir, em dado sentido, um abismo criativo, traduzido pela repetição da obra, como já advertia Benjamin (1980).

No entanto, a estética grotesca, sendo como ela é, libertária, trágica e ao mesmo tempo cômica e sarcástica, abre um leque de possibilidades para a criação das esculturas. A introdução do estilo padronizado de Carranca Vampiro ampliou a visibilidade da imagem em sentido lato, mas nem por isso excluiu o mercado das antigas réplicas de Guarany, muito menos a oportunidade do surgimento de novos estilos, conforme a criatividade e o talento dos escultores, que continuam a produzir também o estilo diferenciado para públicos mais exigentes ou conhecedores da cultura das Carrancas, além de colecionadores.

Ainda em relação à Carranca Vampiro, pode-se afirmar que, em mais uma ambivalência atinente à manifestação cultural das Carrancas, e guardadas as devidas proporções, foi como se Bitinho tivesse inventado uma versão artesanal do modelo fordista de produção (uma espécie de fordismo às avessas, já que se trata de uma produção artesanal), cujo desenvolvimento permitiu a produção de Carrancas em série. Em que pese tal ambiguidade, essa inovação técnica e estética conferiu uma forma mais rápida e eficaz de entalhar pequenas e médias Carrancas. Ao diminuir o tempo de

produção, diminuiu também seus custos, o que de certo modo incentivou a formação de novos escultores.



Figura 93: Variedade de Carrancas e *souvenirs*, resultado da produção endógena das esculturas na região do Vale do São Francisco. Loja Robert Car Artesanato, uma das maiores da região apresenta sortimento de Carrancas. Foto do autor: 01/08/2016.

Quanto aos carranqueiros e demais escultores da Oficina do Artesão Mestre Quincas e do Centro Cultural Ana das Carrancas, a popularização das imagens, com a profusão das Carrancas Vampiro, não os afetou diretamente - exceto pela contribuição exposta acima, em relação à ampliação da visibilidade da imagem - nem pôs em risco à produção do estilo mais clássico das Carrancas, que continuam a ser produzidas por encomenda e mesmo lançadas no mercado por artistas mais consolidados, ainda que em menor número que as padronizadas.

Após um momento de ebulição por volta da década de 1980, o mercado estabilizou-se. Mas antes houve inclusive um inchaço da atividade, referido por Pardal (1974, 2006) e ratificado nos depoimentos de alguns entrevistados, quando a concorrência de artesãos fez cair o apuro estético das obras, fazendo com que alguns escultores talentosos tenham desistido da profissão.

As réplicas de Guarany e as Carrancas que continuam a surgir, com *designers* inovadores e mesmo as reconversões da imagem para atender mercados específicos ou segmentados, como as Carrancas femininas com peito, criadas pela escultora Carina Lacerda, e a Carranca Alada, uma hibridação entre as Carrancas e os anjos, introduzida pelo escultor Fredson, esposo de Carina.

O desenvolvimento de um estilo padronizado de Carrancas ao mesmo tempo que se tornou emblemático na região, ao incorporar também o sentido apotropaico contra os males contemporâneos, com seus dentes caninos expostos, narinas bem abertas, com ares de animal feroz, capaz de defender-se e de impor respeito (Figura 94), apesar das

críticas à repetição em série, permitiu maior agilidade em sua produção, além da otimização do custo-benefício, tanto no escoamento como na venda das peças, principalmente em locais onde a permanência dos clientes é rápida, como rodoviárias, aeroportos, lojas e pontos turísticos, não representando concorrência nem prejuízos às Carrancas tradicionais do estilo Guarany.

Com a inovação promovida pelo mestre Bitinho, foi possível ao mercado das esculturas: (1) ampliar sua capacidade produtiva e introduzir uma nova variedade; (2) dispor um maior leque de opções e preços para os clientes; (3) ampliar a distribuição e os pontos de venda; e (4) aumentar a capacidade de promoção, por meio da introdução de Carrancas de baixo custo. Essa dinâmica, por seu turno, corroborou para a ampliação da visibilidade da imagem, já reconvertida simbólica e economicamente.



Figura 94: Em seu estande, na Alameda dos Mestres da Fenearte 2015, o mestre Bitinho conversa com representantes do Sebrae, interessados na realização de rodadas de negócios, nos quais os lojistas negociam preços a partir da compra de peças em maior quantidade. Foto do autor: 09/07/2015.

O leque de opções foi ampliado, conseqüentemente houve um escalonamento de preços, conforme o tamanho, o apuro, e o estilo da escultura escolhida. Mesmo sem saber, Bitinho modificou parâmetros de uma já consagrada estratégia de Marketing, de autoria de Jerome McCarthy, relativa ao *composto de marketing*, que é o "conjunto de ferramentas que o empreendimento usa para atingir seus objetivos de marketing no mercado-alvo". (KOTLER, 1994, p. 98). Esse conjunto é constituído pelo *produto*, *preço*, *praça* ou ponto (de distribuição) e *promoção*, que juntos compõem os chamados *Quatro Ps* de um composto de marketing.

As adaptações protagonizadas pelos próprios artesãos deram um impulso à produção das Carrancas na cidade. Esse impulso teve reflexos no mercado regional do artesanato e desdobramentos também no mercado de antiquários, em cidades como

Salvador, Rio de Janeiro, São Paulo e Belo Horizonte, apenas para citar algumas cidades onde esse setor é mais consolidado.

A inovação tornou a produção das Carrancas mais prática e rápida, fato que atraiu principiantes, alguns, a bem da verdade, menos dispostos ou interessados, talvez, em enveredar pelo caminho das artes e tornar-se um artista de renome, mais preocupados que estariam em aferir alguma renda por meio de uma atividade autônoma. Foi a época das *vacas gordas* na produção de Carrancas no Vale do São Francisco. Mas, como todo mercado, onde há produção em excesso, o preço cai, a qualidade também, e a ilusão do dinheiro farto foi por água abaixo com a concorrência fazendo muitos carranqueiros de talento abandonarem o ofício.

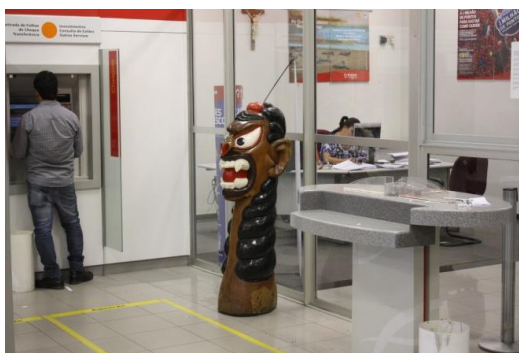


Figura 95: Carranca com 1,55m de altura dá as boas vindas aos clientes do Bradesco em Petrolina. Imagem parece dialogar com os versos de Drummond (p. 142): "O leão, o cavalo, o bicho estranho [...] entre cheques, recibos, duplicatas. [...] contra assaltos desfecham seus poderes ancestrais.". Foto do autor: 08/01/2014.

Não obstante esse aspecto negativo, a idealização do estilo *vampiro* deixou para o mestre Bitinho o legado de ter contribuído para a popularização das Carrancas, e, ainda que de forma não presumida, ter contribuído para que a cidade de Petrolina se tornasse conhecida como a *Terra das Carrancas*. Há relatos de comerciantes e artesãos da região que vivenciaram o *boom* na venda das esculturas, por volta da década de 1980, que mencionam o transporte em carretas carregadas com Carrancas destinadas a Salvador, Rio de Janeiro, São Paulo e Recife.

A partir de então, Petrolina passou ainda mais a ser conhecida como a *Terra das Carrancas*, muito antes de ter se tentado designá-la como a *Terra da fruticultura irrigada*, ideia incentivada pelo setor do agronegócio, ou ainda como a *Terra do bode*, ideia difundida após a inauguração do polo gastronômico do Bodódromo.

Independentemente de qual desses *slogans* conferiu maior visibilidade à cidade, o fato é que a variedade de atrações turísticas, gastronômicas, culturais e de negócios na região, ampliou também o número de clientes em potencial das esculturas de Carrancas,

ajudando a gerar renda e a movimentar a economia, em consonância com os interesses do turismo e do comércio locais.

Com a expansão do modelo que atualmente é produzido em diversas comunidades ribeirinhas do Médio e do Submédio São Francisco e por eventuais entalhadores que também se ocupam em esculpir Carrancas nos demais trechos do Vale, o preço também tornou-se mais acessível e o produto foi expandido a outros locais de venda de presentes e lembranças temáticas que identificam a cultura da região.

Mesmo que em tamanho pequeno, uma escultura, um *souvenir*, seja um chaveirinho ou uma camisa que tenha impressa uma imagem da Carranca para levar de lembrança, para presentear alguém, ou mesmo para livrar o próprio comprador dos perigos durante a viagem é uma tradição que faz parte da cultura local e que se mantém presente no imaginário das populações do Vale do São Francisco, hoje recontextualizada.



Figura 96: Blog Casa de Valentina, de São Paulo, especializado em arquitetura e decoração, divulga obra de Ana das Carrancas e suas filhas, com contato para encomendas, em matéria sobre a Fenearte 2015. Fonte: <https://www.casadevalentina.com.br/blog/alameda-dos-mestres-fenearte-2015-3271/>.

A Carranca tornou-se assim um símbolo da cidade e da região, a lembrança mais difundida do Vale do São Francisco. Moreira (2006, p. 39) acredita que a estrutura de imprensa de Petrolina, "com uma publicidade de grande alcance", foi a grande responsável pela assimilação da imagem em tempos de cultura de massa, além da grande visibilidade que a Festa do Centenário da cidade, ocorrida em 1995, propiciou às Carrancas.

Há outras cidades do Vale do São Francisco que possuem a mesma relação simbólica com as esculturas das Carrancas, em maior ou menor intensidade, e que também recorrem eventualmente ao *slogan* de *Terra das Carrancas* - sem que haja competitividade nesse sentido entre elas, afinal a Carranca é regional - na Bahia, têm-se Juazeiro e Santa Maria da Vitória, essa última a terra natal do mestre Guarany, maior



carranqueiro de todos os tempos; além de Pirapora, em Minas, que também possui artistas de renome nas esculturas das Carrancas, a exemplo do mestre Davi Miranda, já falecido, e outros que deram continuidade à arte no norte de Minas e que ajudam a fazer dessa imagem um símbolo regional.



Figura 97: Escultores Bitinho e Cícero durante trabalho cooperativo na Oficina do Artesão Mestre Quincas. O associativismo fomenta o capital social observado na produção das esculturas artísticas em Petrolina. *Foto do autor: 15/07/2016.*

Entrementes, Petrolina deu fluidez às imagens das Carrancas, que atualmente se encontram simbolicamente imbricadas ao setor turístico da cidade e ao mercados das artes e do artesanato, por meio da produção das esculturas e da vinculação da imagem nos diversos meios populares, massivos e eruditos.

Essa tradição concatenou-se com o crescimento demográfico e as característica rurbanas do polo Petrolina/Juazeiro, que propiciam a existência de dois perfis de moradores: um tipo permanente e outro transitório, sendo esse último composto por um público consumidor em potencial dos objetos simbólicos da identidade cultural local. Ao passo que os artesãos locais organizam-se em trabalho associativo, garantindo uma relação mais satisfatória com os mercados e contribuindo para fomentar o capital social concernente à atividade.

O associativismo possibilitou aos escultores uma maior autonomia na negociação de suas peças, a facilitação de transações formais, como a possibilidade de emissão de nota fiscal nas negociações com pessoas jurídicas, e maior liberdade em relação aos lojistas, alguns dos quais recusavam-se a pagar os valores compatíveis com a qualidade das obras. Após a organização associativa, os artistas não perderam a liberdade de negociar individualmente com os lojistas para o atendimento de encomendas eventuais, caso considerem um bom negócio, mas ganharam maior poder de barganha, usando uma terminologia de mercado.

Eventuais vendas aos lojistas, no entanto, não arrefecem a atividade associativa e nem a produção destinada à loja da própria Oficina do Artesão, e, de modo geral, a maior organização dos escultores e o contato direto com os públicos, depois que a Oficina ficou mais conhecida, mostraram-se mais vantajosos em face das vendas aos lojistas, pois, além do público local, os turistas passaram a visitar os escultores diretamente na Oficina, que atualmente funciona como local de produção, exposição, visitação e vendas, bem como de encomendas feitas pelos visitantes.



Figura 98: Há três dias do final da Fenearte 2015, poucas peças restavam no estande do escultor Roque Santeiro, da Oficina do Artesão Mestre Quincas. Após iniciar a carreira como carranqueiro, o mestre ingressou na arte sacra, temática hoje prioritária em sua produção. Seu faturamento na Fenearte daquele ano ficou em torno dos R\$ 15 mil reais, durante onze dias de negócios. *Foto do autor: 09/07/2015.*

Some-se a isso o aumento da participação em feiras e exposições, ampliando a inserção das obras nos mercados das artes e do artesanato, o intercâmbio dos artesãos e uma maior divulgação, que também possibilita novas redes de relação interpessoal e uma posterior comunicação virtual com os públicos, inclusive para o atendimento de encomendas, como relatam alguns escultores, a exemplo do mestre Nildo:

Faço muitos negócios pela internet, porque tem muita *entrevista* que você dá... muita palestra... *blogs... jornal...* tudo que você joga na rede tá no *google* hoje, né!... aí hoje, se você for no *google* e colocar o nome de um artesão, vai tá tudo que ele faz lá... se você colocar *Nildo artesão...* vai aparecer um bocado [de artesãos]... e no meio deles vai estar eu... vai tá minhas informações, minhas fotos, minhas peças, vai tá tudo... aí, é através disso aí que você vende para o Brasil e pro mundo... é direto... vai não vai, eu tô mandando peças pra fora do Brasil...

A temática das Carrancas continua sendo o carro-chefe da produção das esculturas em madeira em Petrolina e região, mantendo a tradição da cidade como um



dos berços da manifestação cultural das antigas *figuras de barca* do São Francisco. Como explica o mestre Roque Santeiro:

Quando chega um ônibus de turismo aqui na Oficina, o forte, o carro-chefe... é as Carrancas. A Carranca grande hoje não é tão vendável por conta do transporte... o passageiro de avião, que vai dar um puta de um excesso de bagagem... Mas a Carranca de sacola, como diz a história, ela de 50 cm a chaveiro, é a mercadoria mais comerciável aqui dentro do ateliê. (entrevista concedida em 14/09/2013).

Não obstante a referida redução nas vendas, o artista admite que as Carrancas grandes continuam sendo vendidas, mesmo que em menor quantidade em relação às média e pequenas, e confirma que ainda são comuns as encomendas de Carrancas maiores por parte dos comerciantes interessados em colocá-las na entrada do estabelecimento, de frente para rua, com o intuito de livrar o local do chamado *olho gordo*:

Olhe, como [diz] na lenda das Carrancas, a Carranca é pra espantar o mau-olhado, [então], como diz a história, acontece isso demais... [usa-se] no comércio, de preferência, uma Carranca na frente da loja, que é justamente pra provocar o impacto no olho gordo, como diz a história. (entrevista concedida em 14/09/2013).

Para o mestre Pintor, as Carrancas praticamente sustentam a visibilidade das escultoras produzidas no Vale do São Francisco. Apesar de ter o realismo como tema central de suas esculturas, o artista admite a importância das antigas *figuras de barca* para a proeminência da atividade em Petrolina e sua contribuição para o desenvolvimento do setor. Segundo o escultor:

A Carranca contribui e continua contribuindo... quando alguém fala em Petrolina, quando chega gente lá no ateliê, lá na Oficina do Artesão, já chega procurando por Carranca, aí quando vê a diversidade se encanta, né! Porque eles pensam que lá só se faz Carranca. Então... até hoje contribui... Inclusive tem alguns artesãos que só fazem Carrancas mesmo... só vivem de Carrancas mesmo. (entrevista concedida em 11/07/2015).

Essa diversidade referida pelo mestre Pintor ganhou visibilidade nas feiras de arte e artesanato do Brasil, sendo que, atualmente, a Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte), realizada anualmente no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda, é considerada a maior feira de artesanato do país em número de visitantes e

volume de negócios. Nela, boa parte dos escultores mais conhecidos de Petrolina integram todos os anos a chamada Alameda dos Mestres da Fenearte, espaço destinado aos escultores mais representativos do estado, segundo critérios estéticos e produtivos avaliados pela curadoria do evento.



Figura 99: Gorila esculpido em madeira, de autoria do mestre Pintor, da oficina do Artesãos Mestre Quincas. Ao zooantropomorfismo característico das Carrancas somaram-se as temáticas realista, naturalista e sacra, ampliando o menu artístico dos escultores associados à Assape. *Foto do Autor: 11/07/2015.*

Outro critério de escolha dos artistas convidados a ocupar os estandes da Alameda dos Mestres da Fenearte, de acordo com o coordenador da Feira, Tiago Ângelus, é o fato desses artistas populares buscarem formas de socializar suas habilidades, de modo que o associativismo contribui para a socialização dos conhecimentos compartilhados entre os artesãos, que também abrem seus espaços produtivos para ensinar novos escultores.

Em 2015, ano em que foi feita a coleta de dados para esta pesquisa, a Fenearte contou com 5 mil expositores do Brasil e do exterior, dos quais, 75% eram de Pernambuco. No evento, foram identificados trabalhos de 20 artistas populares do Vale do São Francisco que trabalham exclusivamente com esculturas em madeira ou barro, tendo em vista que, naquele ano, não houve a participação do escultor Lisboa, um dos poucos especialistas nas esculturas de Carrancas em pedra, em Petrolina. Registre-se porém, que na edição de 2016, o artista voltou a expor e negociar suas Carrancas esculpidas em pedra-sabão na Fenearte.

Do total de escultores/expositores do Vale do São Francisco que participaram da Fenearte em 2015, realizada entre os dias 2 e 12 de julho daquele ano, 16 eram de Petrolina/PE; um de Lagoa Grande/PE; um de Santa Maria da Boa Vista/PE e dois de Juazeiro/BA, desses, apenas dois nunca trabalharam com a temática das Carrancas.

Ainda foram identificados no evento dois escultores que, mesmo não sendo procedentes de cidades do Vale do São Francisco, elegeram a temática das Carrancas para suas esculturas e as negociaram durante a Feira: o mestre Bezinho Kambiawá, da tribo indígena Kambiawá, em Ibimirim/PE, onde também há diversos escultores que trabalham a temática da arte sacra, e o escultor Joca, natural de Goiana, cidade da zona da mata norte de Pernambuco.

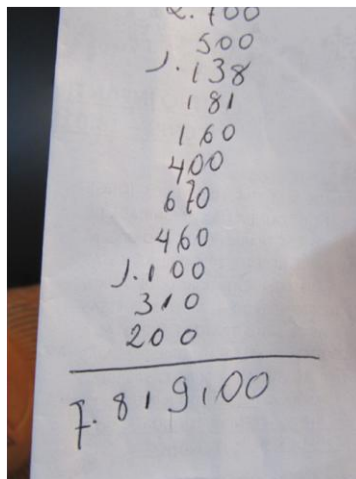


Figura 100: Um dos escultores da Oficina do Artesão Mestre Quincas, de Petrolina, apresenta o faturamento durante a Fenearte 2015. Feira serve também de termômetro para as encomendas anuais, gerando novos negócios. *Foto do autor: 12/07/2015.*

O público durante os onze dias da Fenearte 2015 foi de 330 mil pagantes. De acordo com a organização do evento, foram investidos naquele ano R\$ 5 milhões na estruturação da Feira, que movimentou cerca de R\$ 40 milhões em negócios, conforme dados do relatório final, apresentado pelo coordenador da Fenearte, Tiago Ângelus, em entrevista concedida uma semana após o evento.

Já em 2016, os resultados da Fenearte foram similares. O evento caminha para a sua 18ª edição e encontra-se consolidado no calendário de eventos culturais promovidos pelo governo estadual, comprovando a viabilidade do artesanato como atividade geradora de renda e como um dos lugares de intercâmbio cultural e de negócios para os carranqueiros e escultores de modo geral, de Petrolina e do Vale do São Francisco.

De acordo com Luciana Holanda, funcionária da diretoria de Promoção do Artesanato, da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (AD Diper), em 2016, juntos, os estande da Associação dos Artífices de Petrolina (Assape), da Prefeitura de Petrolina e os escultores da Oficina do Artesão Mestre Quincas auferiram

um faturamento bruto na ordem dos R\$ 166 mil, durante os onze dias do evento (ver APÊNDICE B e ANEXO A).



Figura 101: Escultor Francisco Santos, mestre Francisco Gago, é um dos escultores da Oficina do Artesão Mestre Quincas que se especializou na produção de Carrancas. Ele também emplacou um de suas Carrancas na novela Velho Chico, da rede Globo. Foto do autor: 15/07/2016.

Esses números, obviamente, não se referem apenas às vendas das Carrancas, já que a elas estão somadas as esculturas de arte sacra, realista e naturalista, mas dão mostras de um setor cuja proeminência ganhou visibilidade historicamente em função das antigas *figuras de barca* do São Francisco, que através de diversos processos de reconversão, resignificação e refuncionalização mantêm-se em evidência, cultuadas como manifestação popular centenária do Vale do São Francisco, no contexto da pós-modernidade.

Ressalte-se, por fim, que a Fenearte não é o único canal de escoamento da produção artística dos carranqueiros e demais escultores de Petrolina/PE. Alguns dos quais afirmam recusar outros convites para eventos e feiras nacionais de arte e artesanato, em virtude da impossibilidade de atender novas encomendas.

Eventos dessa natureza ampliam a formação das redes interpessoais e sociais, aumentando também os negócios, revertendo-se, portanto, em capital econômico para os artesãos, ao passo que contribuem também para o aumento do capital social, que, ao contrário do capital econômico, não se esvai com o uso. Afinal, como ensina Moreira et. al. (2008 apud AGUIAR E FERREIRA NETO, 2014, p.7), "quanto mais se utiliza o capital social mais ele se expande, pois ele é um bem intangível, público e que não se deprecia; ele não é homogêneo nem estático e se manifesta de diversas maneiras".

Para a maioria dos escultores de Petrolina, somente a Fenearte - e a respectiva visibilidade conquistada por esses artistas durante sua realização - somada à produção cotidiana destinada aos clientes locais e turistas, que diariamente visitam a Oficina do

Artesão Mestres Quincas, em Petrolina, já seriam suficientes para preencher a agenda de encomendas durante o ano todo.



Figura 102: Estande do Sebrae na 3ª edição da Feira Internacional de Artesanato e Decoração (Feincartes), realizada desde 2012, no Centro de Convenções de Petrolina. Mais uma oportunidade de negócios para os escultores de Petrolina e do Vale do São Francisco. Fonte: <http://www.feincartes.com.br/petrolina/fotos/>.

No entanto, a quantidade de feiras de arte e artesanato vem aumentando, tendo em vista o sucesso que eventos como a Fenearte despertam em outras cidades interessadas em importar o modelo, garantindo um mercado cada vez mais amplo a ser preenchido pelos novos artistas populares que se dedicam à arte das Carrancas e demais esculturas em Petrolina e região.

### 8.5. O elemento humano: a cultura das Carrancas e os escultores de Petrolina

No âmbito do setor produtivo das esculturas, o recorte desta pesquisa contemplou escultores que trabalham associativamente na Oficina do Artesão Mestre Quincas, localizada no bairro Vila Eduardo, na zona leste de Petrolina, e no Centro Cultural Ana das Carrancas, no bairro da Cohab Massangano, na zona oeste da cidade. Na primeira, encontra-se sediada também a Associação dos Artífices de Petrolina (Assape)<sup>48</sup>, onde são produzidas as esculturas em madeira e em pedra-sabão, está última em menor quantidade.

Na segunda instituição, as filhas de Ana das Carrancas dão continuidade à produção das esculturas em barro iniciada pela matriarca ainda na década de 1960, não obstante a produção de suas herdeiras artísticas ocorrer em âmbito familiar, o Centro tem personalidade jurídica pública, sendo também local de visitação turística, para o

<sup>48</sup> A Assape congrega ainda as costureiras que trabalham com retalhos em um anexo da Oficina. O espaço chegou a sediar também a Associação dos Escultores de Petrolina (Assespe), mas a divisão não foi adiante e escultores/as e costureiras resolveram unir-se em uma mesma representação profissional, formada pela categoria dos artífices.

comércio das esculturas em barro e realização de oficinas, além de ser aberto à visitação para as escolas. Ademais, a escultora Maria da Cruz, filha mais velha de Ana das Carrancas, informou ser também associada à Assape.

O primeiro escultor a ser apresentado é Severino Borges de Oliveira, o mestre Bitinho, 75 anos, natural do Rio Grande do Norte e radicado em Petrolina/PE. Um dos mais experientes carranqueiros do Vale do São Francisco, Bitinho continua esculpindo Carrancas desde a década de 1970, embora hoje tenha uma produção mais eclética, incluindo imagens da sacristia, como o crucifixo, o rosto de cristo e a pomba do Espírito Santo, tornadas de uso comum pelos fiéis da igreja católica em seus cultos individuais, conforme o fenômeno da secularização das imagens e símbolos ritualísticos da igreja. (BERGER, 1985).

O mestre Bitinho produz e comercializa suas peças na Oficina do Artesão Mestre Quincas, mas há períodos em que Bitinho prefere produzir em sua residência, ou em uma roça (sítio) da família, mas mesmo nesses períodos não abandona o vínculo com a Associação dos Artífices de Petrolina e permanece fornecendo suas peças para comercialização na Oficina do Artesão Mestre Quincas.

No caso de Bitinho, a opção de mudanças periódicas é pela comodidade e a liberdade, que ele enfatiza, de produzir eventualmente em um espaço domiciliar. O mestre afirma que sempre viveu da sua arte, que vem sendo registrada e documentada inclusive em alguns livros sobre arte popular, além de coletâneas e catálogos de exposições como a Fenearte - onde Bitinho é convidado anualmente a ocupar a Alameda dos Mestres, espaço da Feira destinado aos artistas cujas produções são consideradas mais representativas em termos qualitativos e quantitativos no estado de Pernambuco.

Algumas publicações que abordaram as artes visuais brasileiras, com ênfase nos artistas populares, já mencionaram a produção do mestre Bitinho no âmbito das esculturas em madeira do Vale do São Francisco. (PARDAL, 1974, 2006); (COIMBRA; MARTINS; DUARTE, 2010); (MARTINS, LUZ; BELCHIOR, 2013). O artista atribui esse reconhecimento à sua perseverança na arte das esculturas:

Desde criança, aos sete anos de idade, eu já fazia peças com o meu pai me ensinando. [...] Trabalhava com madeira, fazendo apitos de bambu, colher de pau, coisas pequenas. Depois eu fiquei adulto, vim trabalhar de ferreiro com meu pai e nas esculturas também. [...] Eu fazia de tudo e ensinei a muita gente, em várias cidades onde eu passava, na Bahia, em Pernambuco, no Ceará. E meus filhos todos

sabem trabalhar com o artesanato. Nem todos vivem [do artesanato], mas todos sabem trabalhar com o artesanato. [Quanto às Carrancas], eu comecei a fazer Carrancas em 1972 e de lá pra cá eu nunca parei.

Mas há também, na Oficina do Artesão Mestre Quincas, os artistas que transitam do tema das Carrancas para outras temáticas, dentre as quais se destaca a produção de santos e anjos barrocos. Dentre esses escultores, Roque Gomes da Silva, o mestre Roque Santeiro, e Gabriel Pereira Filho, o mestre Biu dos Anjos, enveredaram na estética barroca e hoje priorizam as imagens sacras, em virtude da presença histórica do catolicismo no Vale do São Francisco.

Enquanto Roque Santeiro ocupa-se mais da hagiologia, na diversidade dos santos católicos, Biu dos Anjos especializou-se nas esculturas de anjos barrocos. No entanto uma semelhança une esses dois grandes artistas populares do Vale do São Francisco: o fato de ambos terem iniciado suas carreiras como carranqueiros.



Figura 103: Escultor Roque Santeiro, na Oficina do Artesão Mestre Quincas, que sedia a Associação dos Artífices de Petrolina (Assape). Especialista em esculturas sacras, hoje produz Carrancas apenas por encomenda, como a réplica que fez em 2013 da Carranca Melozan, de Guarany, mostrada na foto acima . *Foto do autor: 14/09/2013.*

As esculturas sacras tornaram-se, de fato, um mercado atraente para os artistas da região, de modo que alguns especializaram-se na estética barroca, o que já lhes ocupa tempo suficiente para honrar as encomendas, em virtude do reconhecimento que os artistas da Oficina do Artesão Mestre Quincas conquistaram em Petrolina e região. Apesar de hoje priorizar a arte sacra em sua produção, Roque reafirma sua gratidão à imagem símbolo da região e, questionado sobre o futuro das Carrancas, sentencia:

Olhe, a Carranca... jamais ela vai morrer. Porque independente de ser uma lenda, ela faz parte da história das cidades ribeirinhas que foram navegadas pelas barcas, de Pirapora a Petrolina. Então, nunca vai morrer, porque cada turista que vem a Petrolina, quando se fala de cultura forte de uma cidade... como em Caruaru é Vitalino... Petrolina

é a Carranca... E vai sempre existir novos artesões [sic]... sempre começando com Carranca.

Roque é natural de Afrânio/PE, onde vivia na roça. Ele afirma que já era "um escultor mirim", quando foi mandado pelo pai, ainda criança, para Petrolina, com a missão de cumprir os estudos. Ainda adolescente, conheceu a história das Carrancas, ao fazer um trabalho escolar sobre o rio São Francisco.

Mas eu não sabia o que era Carranca. Aí eu fui em busca desse bicho feio... e fui até o museu, conheci a Carranca... e depois veio a curiosidade de encontrar um artesão que fizesse Carranca... aí já arrumei logo meu primeiro emprego: lixar as Carrancas pra ele. [Eu tinha] 15 anos. Aí eu fiquei dando acabamento nas Carrancas... daí foi onde começou o ofício... eu me tornei um carranqueiro... como se chamava na época, muito conceituado, porque eu busquei o estilo de Guarany, justamente das réplicas que navegavam no rio São Francisco. Mas aí depois de um certo tempo, que eu passei dez anos fazendo Carranca... Você fazia cem Carrancas diferentes umas das outras, juntando todas elas... [eram todas] Carrancas... Aí eu procurei o lado da arte sacra, que é o que eu sou hoje.

Embora a liberdade criativa permitida pela estética grotesca, que vai do trágico ao cômico, transita entre o zoomorfismo, o antropomorfismo e o zooantropomorfismo contradiga a afirmação do mestre Roque de que há limitações quanto à diversidade estética e estilística das Carrancas, o escultor buscou expandir seu portfólio e acabou por especializar-se em uma temática que também é representativa da cultura local.

Mas as imaginário ribeirinho continua capaz de inspirar a criação de modelos exóticos e inovadores no vasto cabedal grotesco da iconografia das Carrancas, dando *asas à imaginação* dos artistas - como aconteceu, literalmente, com o jovem escultor Fredson, que esculpiu uma Carranca alada, levada para a Fenearte 2015, e que dias antes da Feira serviu de gancho para uma matéria da TV Grande Rio, em Petrolina, quando emissora pautou a participação dos artistas locais no evento.

Dentre tantas reconversões que renovam a imagem, uma foi feita pela esposa de Fredson, a jovem artista Carina Lacerda, ao esculpir sua Carranca feminina (com peitos). Apesar dessa liberdade criativa e do leque de mutações que a imagem grotesca das Carrancas dispõe, artistas como Roque Santeiro mergulharam no extenso mundo da hagiologia católica e de lá não pretendem mais sair, a não ser para atender alguma encomenda esporádica, e ainda assim, desde que seja por um valor justo, como afirma



Roque, ao ser questionado sobre quanto cobra para entalhar uma réplica das antigas *figuras de barca*: "nesse caso, o cliente vai pagar o valor de um santo".

Conhecedor do mito das Carrancas e do livro de Paulo Pardal (1974), Roque Santeiro credita o *boom* ocorrido na produção das esculturas das Carrancas por volta de 1980, ao lançamento do livro do pesquisador carioca, intitulado *Carrancas do São Francisco*. Nas palavras do escultor: "foi Pardal quem jogou as Carrancas na história".

Embora eventualmente desbastem uma ou outra madeira para esculpir uma Carranca no estilo Guarany, ou com feições diferentes do estilo Vampiro, na qual o artista tem a liberdade de explorar as amplitudes do trágico e do cômico inerentes à estética grotesca, os mestres Roque Santeiro e Biu dos Anjos só o fazem por encomenda, e por um valor justo e bem pago. Biu dos Anjos, que em 2016 completa 35 anos de esculturas, dos quais os dez primeiros foram dedicados exclusivamente à arte das Carrancas, conta como foi o início de sua carreira:

Ó, eu comecei com as Carrancas, né!... Trabalhei dez anos com as Carrancas do mestre Guarany. Só que depois... as Carrancas ficaram assim... meia saturadas [sic], né!... Aí depois... eu peguei uma reciclagem, aqui mesmo em Petrolina, no estilo barroco, e até hoje eu continuo fazendo o estilo barroco... Eu sempre digo que eu comecei já velho. Eu comecei com 21 anos de idade. [Hoje] eu tô com 55. Pra pessoa acompanhar esse tempo todo, tem que ter compromisso com a arte, e eu tenho compromisso com a arte. (entrevista concedida em 11/07/2015).

O artista popular informou também que antes de se dedicar exclusivamente às esculturas, trabalhou em uma empresa de terraplanagem na cidade de Salvador e também no interior da Bahia. Apesar da migração das Carrancas para a estética barroca, e de reafirmar a identidade de sua obra, Biu dos Anjos defende a diversidade criativa dos artistas de Petrolina:

É o seguinte, o artista tem que ter... assim... um carro-chefe, uma linha, né!... uma identidade. Minha identidade é os *anjos* [sic]... mas aí você vai ter que fazer peças diferentes, como um anjo bizantino, um anjo adulto, uma cabeça de um cristo, uma cabeça de um Rastafari, um anjo cupido, uma Carranca... Você tem que diversificar o seu trabalho.

Aliás, tal diversidade prova a preocupação do artista em demonstrar suas habilidades em mais de uma temática, como que buscando sempre o virtuosismo em

suas obras, algo comum na Oficina do Artesão Mestre Quincas, mesmo entre os que se especializaram prioritariamente nas imagens de Carrancas, quando procuram, em sua maioria, introduzir novos estilos, sempre fugindo da repetição. O experimento e a diversidade, como já visto, também eram atributos dos grandes artistas da humanidade. Afinal, Leonardo Da Vinci (Figura 12) e Michelangelo (Figura 14) também fizeram incursões no grotesco. O mestre Biu dos Anjos é pai de outro escultor de Petrolina, a quem se refere com orgulho:

Rapaz... meu filho... ele já tem uns 15 anos de arte... e é um escultor bom... é um artista versátil... ele faz tudo. Eu passei pra ele esse conhecimento... agente na Oficina, ele novinho... eu trabalhando... e ele aprendeu assim naturalmente... a esculpir.

O filho ao qual o mestre Biu dos Anjos se refere é o mestre Tiago, que embora ainda seja um jovem escultor, já aparece em publicações sobre a arte popular nordestina (MARTINS, LUZ; BELCHIOR, 2013). Em 2016, Tiago foi pela primeira vez convidado a ocupar a Alameda dos Mestres da Fenearte, o que embora tenha dividido a produção de pai e filho em dois estandes distintos, ampliou o espaço para ambos e para a participação de Petrolina na Feira.



Figura 104: Escultor Biu dos Anjos (à direita) atendendo um cliente em seu estande da Fenearte 2015. Versatilidade do artista é expressa em esculturas que, além dos anjos barrocos, vão da fauna local (como os peixes de São Francisco) aos rostos de filósofos gregos como Sócrates e Platão. *Foto do autor: 09/07/2015.*

Apesar de ter enveredado no caminho da arte sacra e de afirmar que atualmente só faz Carrancas por encomenda, Biu dos Anjos se diz grato à cultura das antigas figuras de proa do São Francisco e atribui a elas o reconhecimento que conquistou como escultor:

Hoje eu agradeço por ser o escultor que eu sou fazendo os anjos, por causa das Carrancas... [durante] dez anos... e com isso peguei experiência, viajei, fiz exposições com as Carrancas... só que depois saturou... e aí eu optei pelas esculturas dos anjos, e tô até hoje, mas foi um grande passo... com as Carrancas foi que eu aprendi a dominar o formão [ferramenta de entalhe], a dominar a madeira... e tudo isso foi válido... foi um grande aprendizado.

Por fim, Biu dos Anjos atribui a atual segmentação do mercado, com o aumento da diversidade temática das esculturas no Vale do São Francisco, à popularização do modelo de Carranca Vampiro:

[As] Carrancas, [hoje em dia], geralmente, eu só faço por encomenda... Porque, geralmente, essas Carrancas de Guarany, se você fizer e botar na praça, vai vender muito pouco, porque só quem compra essas Carrancas de Guarany, é as pessoas [sic] que entendem mesmo. Porque se botar uma *Carranca Guarany* e uma *Vampiro*, o pessoal [a maioria] vai mais pela Vampiro, por ser uma Carranca mais agressiva... e mais barata. (entrevista concedida em 11/07/2015).

Em princípio, essa visão em relação às Carrancas Vampiro tende a subestimar o valor estético do estilo que popularizou as imagens grotesca do São Francisco, apesar da relativa facilidade com a qual os artistas da região reproduzem esse modelo em série, gerando uma certa repetição, uma Carranca Vampiro como a da Figura 53 não perde sua originalidade no contexto da arte popular brasileira, desde que, como se verifica na escultura dessa foto, o artista tenha observado com rigor suas proporções; e seja esculpida em peça única, com simetria, com os cabelos trabalhados em detalhe, com as expressões bem definidas, enfim, que tenha havido um comprometimento artístico em sua consecução.

Roque Santeiro afirma que ao ensinar sua arte a qualquer aprendiz, sempre apresenta entre as primeiras lições a execução de uma escultura de Carranca. Assim como o mestre Bitinho, os mestres Roque Santeiro e Biu dos Anjos também integram a Alameda dos Mestres da Fenearte. Os três também têm suas obras, seus nomes e suas histórias abordados em livros e publicações descritivas, conceituais, críticas e documentais acerca das esculturas populares do nordeste. (COIMBRA; MARTINS; DUARTE, 2010); (MARTINS, LUZ; BELCHIOR, 2013).

Já a petrolinense Maria da Cruz, filha mais velha daquela que se tornou um dos maiores nomes da arte popular de Petrolina e do Brasil: Ana das Carrancas, juntamente com sua irmã, Ângela, dão continuidade ao legado deixado pela mãe, falecida em 2008.



Figura 105: Nos primeiros dias da Fenearte 2015, o estande de Maria da Cruz e Ângela, filhas de Ana das Carrancas, já havia vendido mais de 50% das esculturas. A artista afirmou que os resultados das vendas naquele ano superaram as expectativas. Foto do autor: 09/07/2015.

As irmãs administram o Centro Cultural Ana das Carrancas, onde um pequeno museu guarda a história da *Dama do Barro*, como também ficou conhecida a escultora pelos petrolinenses, título simbólico que se tornou homônimo da biografia escrita em sua homenagem pelo jornalista e professor pernambucano Emanuel Andrade. Maria da Cruz afirma que também começou a fazer esculturas ainda criança, ajudando a mãe a modelar o barro para dar forma as Carrancas, novidade introduzida por Ana ainda na década de 1960:

Eu trabalho com esculturas desde os sete anos... sete anos e meio... Eu dou continuidade ao trabalho de mamãe, mas também faço algumas peças mais direcionadas. Eu gosto muito de fazer peças com o tema da valorização da negritude... de fazer máscaras e rostos que mostram as nossas raízes, né! As raízes afro-brasileiras... [E quanto ao legado de mamãe] eu dou continuidade às Carrancas... Eu procuro fazer o mais fiel possível à linhagem do trabalho dela, porque agente sente que o pessoal valoriza e procura muito as peças que foram desenvolvidas por Ana... Por isso é que eu dô continuidade. (entrevista concedida em 09/07/2015).

Maria da Cruz também é professora do ensino fundamental, no município de Petrolina, e encontra-se cedida ao Centro Cultural Ana das Carrancas, onde trabalha também na produção de oficinas, palestras, cursos e demais atividades pedagógicas relativas à educação artística e à história das Carrancas, recebendo visitas de estudantes das redes pública e privada, dos ensinos fundamental, médio ou superior, e atendendo turistas e demais visitantes, inclusive pesquisadores.

A artista explica que em termos de exposição e vendas, a Fenearte é a prioridade para o trabalho dela, da irmã e do Centro, mas que sempre participa de outras Feiras e

eventos fora de Petrolina, além das exposições onde há obras de Ana das Carrancas. Questionada sobre o que representam as Carrancas para ela, a artista arremata:

Representam o resgate de uma época e a continuidade de uma história. Hoje agente faz e perpetua a história que foi vivida, passada e repassada ao longo dos anos... agente faz com que as pessoas conheçam a história da nossa região, a história do rio, a história dos barcos, por isso agente dá continuidade a esse trabalho... sempre eu coloco a história das Carrancas, a história de Ana, como Ana começou, a finalidade das Carrancas na região... agente sempre tá colocando... pra que as futuras gerações conheçam essa tradição e também valorizem. (entrevista concedida em 09/07/2015).

Como já dito, há também escultores populares de Petrolina que se especializaram na estética realista/naturalista. É o caso de Joseílson dos Santos Barbosa, o mestre Pintor, criador de esculturas de animais selvagens, a exemplo da escultura de um gorila de cerca de 2 metros de comprimento, que esteve em exposição a durante a Fenearte 2015, em Olinda/PE, ofertada pelo valor de 12 mil reais. (Figura 106).



Figura 106 Tradição nas esculturas zoomorfas, antropomorfas e zooantropomorfas das antigas figuras de barca contribuiu para o desenvolvimento da arte das esculturas em suas diversas temáticas em Petrolina, como se vê no realismo da escultura do gorila acima, de autoria do mestre Pintor, uma das que mais chamaram a atenção do público durante a Fenearte 2015. Foto do autor: 09/07/2015.

Embora o artista tenha avaliado como muito positiva (em termos de negócios) sua participação na Fenearte 2015, o gorila realista do mestre Pintor retornou (ao menos naquele ano) ao seu *habitat* natural, ou seja, a Oficina do Artesão Mestre Quincas. Esculpida em tamanho real, a obra foi uma das mais procuradas para fotografias durante a Fenearte 2015.

Mas o gorila do mestre Pintor não perdeu outras oportunidades de ser negociado em outras feiras e locais de exposição pelos quais continuou circulando até o surgimento de um comprador, tendo sido visto pela última vez no recém inaugurado

shopping de Juazeiro/BA, o Juá Garden, que começou a funcionar em março de 2016. Lá estava novamente o gorila chamando a atenção do público e à venda sob consignação em uma loja que negocia artigos de arte, artesanato e presentes.

Em entrevista concedida em julho de 2015, durante a Fenearte daquele ano, Joseílson afirmou que nunca havia esculpido uma Carranca. O artista demonstrava até um certo desinteresse em esculpi-las, embora concordasse com a sua importância para a cultura local. Mas no final do mesmo ano, atento a uma seleção de esculturas de Carrancas que viriam a integrar o cenário da novela *Velho Chico*, da TV Globo, o artista resolveu esculpir algumas Carrancas, que, ao final, foram selecionadas pela equipe da emissora e foram ao ar na novela das oito.



Figura 107: Carrancas esculpidas na Oficina do artesão mestre Quincas compuseram o cenário da novela das oito.

Mais de meio século após terem deixado o contexto da navegação no São Francisco, a manifestação mantém sua visibilidade através do diálogo com os meios massivos de comunicação. <http://g1.globo.com/pe/petrolina-regiao/grtv-1edicao/videos/v/carrancas-que-aparecem-na-novela-velho-chico-foram-feitas-em-petrolina/4948383/>

O mestre Pintor é um exemplo de escultor de Petrolina que desde o início de sua carreira buscou a temática realista/naturalista, mas, ao surgir a oportunidade também aportou na arte das Carrancas. Já a diversidade da hagiologia católica propicia as escultores um sem-número de santos com características iconográficas distintas entre si, desde um São Jorge montado em um cavalo e combatendo um dragão, até um São Francisco, com seu tradicional pássaro na mão, passando pelo São Sebastião amarrado a uma árvore e com flechas cravadas em seu tórax.

Essa variedade de santos do catolicismo realmente se oferece como um verdadeiro banquete aos artistas que se ocupam da arte sacra. Por outro lado, a variedade de imagens que a estética grotesca pode propiciar à cultura das Carrancas também é infindável, como se verifica no próprio banco de imagens disponibilizado nesta pesquisa.

Ocorre também, com frequência, o surgimento de novos escultores que aprenderam o ofício fazendo Carrancas e permanecem como carranqueiros por toda a

vida, como é o caso dos irmãos Francisco Santos e Vanilson Santos, artistas locais que produzem Carrancas em diversos tamanhos, mas se especializaram nas médias (de mesa) e pequenas (*souvenires*, chaveiros etc.), por serem as mais vendidas.



Figura 108: Escultor Francisco Gago e seu irmão, Vanilson Gago, se especializaram em Carrancas. Mas eventualmente enveredam por outras temáticas. *Foto do autor: 15/07/2016.*

Outro artista que se autodenomina carranqueiro é o escultor Vando, filho do mestre Bitinho, Vando prioriza as Carrancas como temática de suas esculturas, embora divida seu tempo entre o trabalho de artífice a atividade autônoma como técnico em eletrônica, mas garante que pretende levar adiante a carreira de escultor estimulada pelo pai. "Minha inspiração vem através do meu pai", afirma o artista.

Questionado sobre quantas Carrancas já esculpiu em sua curta carreira, o filho do mestre Bitinho disse não ter condições de fazer essa estimativa, pois, segundo ele, começou a fazer Carrancas ainda criança. Ao insistir na pergunta, o entrevistado tenta uma aproximação e indaga se foram mais de cem. A resposta do jovem artesão é enfática: "muito mais! Muito mais!". (entrevista concedida em 09/07/2015).

Por fim, o ex agricultor Josenildo Silva, 46 anos, o mestre Nildo, natural do Crato/CE e naturalizado em Petrolina, trabalha desde 1990 como escultor na Oficina do Artesão Mestre Quincas. Juntamente com os escultores Pintor e Vanilson Gago, o mestre Nildo também teve algumas de suas esculturas exibidas em horário nobre na novela da TV Globo. O artista se autodenomina de estilo eclético:

Meu tema é diverso... eu não tenho uma linha definida.. tem muita gente que diz: ah, tem que ter uma linha definida, mas eu não, eu faço um pouco de cada... eu faço a fauna, eu faço a flora, eu faço a arte sacra, eu faço a arte popular, eu faço a Carranca... Desde 1990 que eu vivo só da arte mesmo... Eu já participei de várias feiras [de arte], mas com o passar do tempo o artesanato vai se difundindo, vai ficando



mais conhecido na nossa cidade. (entrevista concedida em 09/07/2015).

Com isso, Nildo alega que atualmente não participa mais de tantas feiras de arte em que tenha que viajar para outros estados. Prefere negociar em seu próprio local de produção, pois, segundo afirma, com o mundo virtual, o escultor não precisa mais sair tanto de casa para negociar suas obras com os clientes. O mestre Nildo elenca algumas das cidades onde já participou de feiras de arte e artesanato, antes de resolver permanecer mais fixo em Petrolina:

Eu comecei por aqui por Recife... antes não existia a Fenearte... era uma Feira corriqueira que tinha aqui no Centro de Convenções... Feira de arte. Aí passei a fazer Maceió, Natal, São Paulo, Rio, Curitiba, Salvador... Carranca eu faço por *hobby*... como eu trabalho numa linha diversa... e outra [coisa] também é a madeira... às vezes eu pego uma madeira que já tá no formato de Carranca... vai não vai eu acho uma Carranca num terreno baldio, aí eu recupero elas... ela fica nova... Carrancas antigas que o pessoal joga fora... aí eu ponho pra comercializar, porque a madeira é nova né!... tirou aquela casca que tá estragada, ela fica nova.

Mas assim como os escultores da arte sacra que produzem na Oficina do Artesão Mestre Quincas abrem mão de suas temáticas quase exclusivas, ao entalharem uma ou outra Carranca de vez em quando, por sua vez, os artesãos que se especializaram na arte das Carrancas, como os irmãos Francisco e Vanilson, também enveredam excepcionalmente por outras temáticas, como forma de ampliarem seus horizontes artísticos, vivenciando outras estéticas, enquanto atendem aos interesses de eventuais encomendas, ao passo que tornam suas obras cada vez mais conhecidas.



Figura 109: Estande da Associação dos artífices de Petrolina durante a Fenearte 2015. Apesar da diversidade, as Carrancas continuam sendo as imagens mais emblemáticas do Vale do São Francisco. Foto do autor: 12/07/2015.



Ao longo desta pesquisa outros escultores populares, alguns mais conhecidos, outros mais anônimos, foram ouvidos por ocasião da coleta de dados, contribuindo para a sua realização. Embora nem todos tenham tido seus nomes divulgados na versão final deste trabalho, todos os escultores do Vale do São Francisco merecem o reconhecimento como artistas que enobrecem a manifestação cultural das Carrancas e a arte popular brasileira.

## **9. Conclusão**

O objetivo desta pesquisa foi analisar a produção e o uso das imagens das Carrancas, como expressão da arte popular do Vale do São Francisco e sua repercussão no fomento ao Desenvolvimento Local em Petrolina/PE, por meio da atividade produtiva das esculturas artísticas em madeira, barro ou pedra das antigas figuras de proa do rio Francisco, e do uso das imagens reconvertidas em estratégias de Folkmarketing pelas empresas interessadas em ampliar a visibilidade e o relacionamento corporativo com os seus públicos.

Com a fundamentação teórica e a pesquisa de campo foi possível constatar que a manifestação cultural das Carrancas permanece há mais de um século no imaginário das populações ribeirinhas do São Francisco, excedendo espacialmente a região, como expressão da cultura popular brasileira, mantendo sua dinâmica com os fenômenos sociais contemporâneos relativos às culturas erudita e massiva, às comunicações, à economia, à globalização e à sociedade pós-moderna, dialogando com esses fenômenos por meio, inclusive, dos atuais meios de comunicação, como forma de ampliar a visibilidade das imagens e as possibilidades de negócios para o setor artístico da região.

A cultura das Carrancas tem como protagonistas os artistas populares locais de Petrolina e do Vale do São Francisco que trabalham com a arte, produzindo esculturas cuja concepção endógena em termos culturais e econômicos apresenta resultados positivos, viabilizando a geração de renda, promovendo a emancipação e a autonomia dos escultores e fomentando o capital social, por meio do associativismo, que contribui para a satisfação das necessidades e realização dos interesses coletivos.

A dinâmica produtiva, a segmentação do mercado em peças eruditas e decorativas, a participação em feiras de arte e artesanato e em exposições, o associativismo e o diálogo com os meios de comunicação massivos fomentam a integração da atividade produtiva das Carrancas, e por extensão das esculturas artísticas

com diversas temáticas produzidas no Vale do São Francisco, fato que foi verificado durante a pesquisa de campo, quando da análise dos lucros auferidos pelos artesãos na Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte), da organização do trabalho coletivo no âmbito da Associação dos Artífices de Petrolina (Assape) e da venda das imagens em diversas cidades e pontos turísticos da região e do Brasil.

Na ocasião da Fenearte, fora do ambiente local de produção e comercialização das esculturas, ou seja, em um ambiente com ampla exposição de obras artísticas, foi possível observar a interação e os intercâmbios culturais e econômicos entre os escultores do Vale do São Francisco, o público nacional das artes e do artesanato e os representantes de setores públicos e privados ligados à cultura, fator de ampliação das possibilidades de parcerias e negócios, comprovados pelos resultados das vendas no evento em 2015, que para os artesãos de Petrolina foi na ordem dos R\$ 166 mil, durante onze dias de negócios.

A utilização das imagens das Carrancas em estratégias de Folkmarketing por parte de empreendedores locais mostrou-se eficaz no sentido de construir relações de identidade com a sociedade são-franciscana, traduzindo-se em imagens corporativas positivas em termos de valorização da cultura e dos saberes locais, aproximando as instituições dos seus públicos e ampliando suas participações no mercado, além de conquistarem a confiança nos setores onde atuam, em virtude dessa relação de identidade.

O sentimento de pertencimento fica evidenciado na valorização de uma imagem conhecida pela população da cidade, de modo que tanto instituições públicas quanto privadas lançam mão dessa estratégia e conseguem um *feedback* positivo, que se reverte em resultados para essas organizações. Conclui-se que o Folkmarketing constitui-se numa estratégia que potencializa o Desenvolvimento Local, por meio da repercussão nos resultados das empresas, no reflexo que a projeção das imagens proporciona para o setor turístico, multiplicando sua visibilidade e realimentando sua produção.

Não obstante as limitações em termos de abrangência quantitativa dos benefícios da atividade produtiva das Carrancas para a maioria da população da cidade, tendo em vista o universo de 337 mil habitantes, a produção das esculturas apresenta-se com uma das alternativas pertinentes em termos de geração de renda, de capital social e de fomento às atividades sustentáveis, além de revelar talentos que permitem à região tornar-se reconhecida também nos setores produtivos artísticos e inserir-se no mercado das artes e do artesanato.

Somente no universo da Associação dos Artífices de Petrolina, a atividade beneficia diretamente cerca de cinquenta artistas e suas respectivas famílias, mas há ainda diversas outros escultores populares do São Francisco que vivem dessa atividade, movimentando o mercado autônomo das artes há mais de um século na região e quiçá ainda movimente por muito mais tempo.

Ao fim e ao cabo, chega-se à conclusão de que este trabalho contribui para a percepção das manifestações da cultura popular como potenciais fontes de Desenvolvimento Local, refletindo-se nas atividades turísticas, econômicas e sociais, em conformidade com as identidade locais e cujos benefícios contemplam os produtores locais. E por se tratar de um tema dos mais abrangentes, fica registrada aqui a sugestão para que novas pesquisas possam continuar a desvendar o universo amplo e surpreendente da cultura centenária das Carrancas, com novas descobertas e inferências que contribuam para a compreensão dessa manifestação singular da cultura popular brasileira.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural**. Economia Aplicada., nº 2, vol. IV, abril/junho 2000.

AGUIAR, Cristina Caetano; FERREIRA NETO, José Ambrósio. Análise da articulação entre capital social e associativismo. **Revista Brasileira de Economia Doméstica**. Viçosa, v. 25, n. 1, p. 159-185, 2014.

ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **A Invenção do nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2011.

ALENTEJANO, Paulo. Modernização da agricultura. In: CALDART, Roseli Salete. et al (Org.). **Dicionário de Educação do Campo**. Rio de Janeiro, São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular, 2012.

ALMOYNA, Julio Martínez. **Dicionário de Português - Espanhol**. Porto: Porto Editora, [s. d.].

AMADO, Jorge. **Seara Vermelha**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

AMARAL, Carlos Eduardo. Imponência neogótica. **Revista Continente**. n. 142. out. 2012. Recife: Companhia Editora de Pernambuco - CEPE. Disponível em : <http://www.revistacontinente.com.br/conteudo/935-revista/pernambucanas/12392-imponencia-neogotica.html>. Acesso em: 18/07/2016.

AMARO, Rogério Roque. Desenvolvimento Local. In: HESPANHA, Pedro. et al. **Dicionário internacional da outra economia**. São Paulo: Almedina Brasil, 2009.

AMPHILO, Maria Isabel. Fundamentos epistemológicos da Folkcomunicação. In: MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira. **Metamorfose da Folkcomunicação: ontologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

ANDRADE, Emanuel. **A Dama do Barro**. Petrolina: Franciscana, 2006.

AQUINO, Antonise Coelho de. **Enredos de uma travessia: a ilha do Massangano no Vale do São Francisco**. Petrolina: IF Sertão Pernambucano, 2012.

ARANTES, Antonio Augusto. **O que é Cultura Popular**. 14.ed. São Paulo: Brasiliense, 1981.

ARAÚJO, Robson Victor da Silva. **Da Ibéria ao sertão: reminiscências e resíduos íbero-medievais na epopeia paraibana de Ariano Suassuna**. 2012. 120 f. Dissertação (Mestrado em História) - Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Campina Grande, 2012.

BACZKO, Bronislaw. **Imaginação Social**. In: Enciclopédia Erinaud. Lisboa: Casa da Moeda/Imprensa Nacional, 1985.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 2013. Tradução de: Yara Frateschi Vieira.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAVA, Silvio Caccia. **A produção da agenda social**: discussão sobre contextos e conceitos. In: Cadernos Gestão Pública e Cidadania. 2003

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e Folclore**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressões de ideias. São Paulo: Melhoramentos, 1971.

\_\_\_\_\_. **Folkcomunicação**: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

\_\_\_\_\_. **Folkcomunicação**: teoria e metodologia. São Bernardo do Campo: Umesp, 2004.

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **Folkcomunicação no contexto de massa**. João Pessoa: Editora Universitária / UFPB, 2000.

BENJAMIN, Roberto Emerson Câmara. **Folkcomunicação na sociedade contemporânea**. Porto Alegre: Comissão Gaúcha de Folclore, 2004.

BENJAMIN, Walter, **A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução**. Textos escolhidos - In: Coleção *Os Pensadores*. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

BERGER, Peter Ludwig. **O dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é Comunicação Rural**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 9. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006.

\_\_\_\_\_. O capital Social: notas provisórias. In: BOURDIEU, Pierre. **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **Tempos e espaços nos mundos rurais do Brasil**. In: Ruris, Campinas: Unicamp, 2007.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é Folclore**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1982.

BRANDÃO, Ricardo Antonio Rocha. **Carrancas do São Francisco**: a dinâmica de um fenômeno Folkcomunicacional e Folkmediático. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE

CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 36., 2013, Manaus. Anais... São Paulo: Intercom, 2013.

BRITTO, Maria Creusa de Sá Y. **Petrolina**: Origem, fatos, vida, uma história. Petrolina: Tribuna do Sertão, 1995.

CALDART, Roseli Salete. et al (Org.). **Dicionário de Educação do Campo**. Rio de Janeiro, São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular, 2012.

CAMPANHOLA, Clayton; GRAZIANO da SILVA, José. **O novo rural brasileiro**: novas atividades rurais. v. 6. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2004.

CARNEIRO, Edson. **Dinâmica do Folclore**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Dicionário do Folclore Brasileiro**. 12. ed. São Paulo: Global, 2012.

CASTRO E SILVA, Gustavo de. Imagem. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

CAVALCANTE, Neusa. **Codevasf 35 anos**: uma história de trabalho e desenvolvimento. Brasília: Codevasf, 2010.

CAZELLA, Ademir A.; BONNAL, Philippe; MALUF, Renato S. (Org.). **Agricultura familiar**: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2009. Tradução de: Ephaim Ferreira Alves.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil**: mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

CHILVERS, Ian. **Dicionário Oxford de Arte**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001. Tradução de: Marcelo Brandão Cipolla.

CODEVASF. **São Francisco**: O rio da unidade, a river for unit. 2 ed. Brasília: Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco, MERCEDES-BENZ DO BRASIL, 1978.

COIMBRA, Silvia; MARTINS, Flávia; DUARTE, Maria Letícia. **O reinado da lua**: escultores populares do nordeste. 4 ed. Recife: Caleidoscópio, 2010.

COLEMAN, James S. Capital social y creación de capital humano. In: **Cidadania y Democracia**. Madrid: Editora Pablo Iglesias, 2001.

CRESPI, Franco. **Manual de sociologia da cultura**. Editorial Estampa. Lisboa: Editorial Estampa, 1997.

CURVELLO, João José Azevedo. Comunicação Organizacional. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

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

\_\_\_\_\_. Sobre desenvolvimento local e sustentável. In: MACIEL FILHO, Adalberto do Rego; PEDROSA, Ivo Vasconcelos. ASSUNÇÃO, Luiz Márcio de Oliveira (Org.). **Gestão do desenvolvimento local sustentável**. Recife: EDUPE, 2007.

DEL GROSSI, Mauro Eduardo; GRAZIANO da SILVA, José. **O Novo Rural**: uma abordagem ilustrada. Londrina: Instituto Agrônômico do Paraná, 2002.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.

\_\_\_\_\_. **Como se faz uma tese**. 24. ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Escola de Birmingham. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

ESTEVA, Gustavo. Desenvolvimento. In: SACHS, Wolfgang (Ed.). **Dicionário do Desenvolvimento**: guia para conhecimento como poder. Petrópolis: Vozes, 2000. Tradução de: Vera Lúcia M. Joscelyne; Susana de Gyalokay e Jaime A. Clasen.

FARTHING, Stephen. **Tudo sobre arte**. Rio de Janeiro: Sextante, 2011. Tradução de: Paulo Polzonoff.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI**: o dicionário da língua portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FERREIRA, Wilson Roberto Vieira. Paul Lazarsfeld. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?**. 10. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & Senzala**: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 51 ed. São Paulo: Global, 2006.

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. 25 ed. São Paulo: Editora Nacional, 1995.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

\_\_\_\_\_. **Culturas Híbridas y Estratégias Comunicacionales**. Trabalho apresentado no seminário Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina. Universidade de Stirling, 16 - 18 de outubro de 1996.

\_\_\_\_\_. **Culturas Híbridas**: estrategias para entrar y salir de la modernidad. 1 ed. Buenos Aires: Paidós, 2012.

GLIESSMAN, Stephen R. **Agroecology**: the ecology of sustainable food systems. Califórnia: CRC Press, 2006.

GOMBRICH, Ernest Hans. **A história da arte**. 16 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015. Tradução de: Álvaro Cabral.

GONÇALVES, Esmeraldo Lopes. **Opara**: Formação histórica e social do submédio São Francisco. Juazeiro: [s.e.], 1997.

GRAZIANO da SILVA, José. **O Novo Rural Brasileiro**: novas atividades rurais. v. 6. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1993.

HESPANHA, Pedro, et. al. **Dicionário internacional da outra economia**. Coimbra: Edições Almedina, 2009.

HERMUCHE, Potira Meirelles. **O rio São Francisco**. Brasília: Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba, 2002.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

\_\_\_\_\_. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

IASBEK, Luiz Carlos Assis. Identidade. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

JAMESON, Fredrik. **Pós-modernismo**: a lógica cultural do capitalismo tardio. São Paulo: Ática, 1998.

JARA, Carlos Julio. **A sustentabilidade do desenvolvimento local**: desafios de um processo em construção. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA): Recife: Secretaria de Planejamento do Estado de Pernambuco, 1998.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Ed. 70, 2007.



KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1994. Tradução de: Ailton Bonfim Brandão.

KAUTSKY, Karl. **A questão agrária**. Porto: Portucalense Editora, 1972.

KURTZ, Adriana Schryver. Escola de Frankfurt: Teoria Crítica da Sociedade. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

LAGE NETO, Gabriel. **Mito e comunicação**: a importância da mitologia e sua presença na mídia. São Paulo: Plêiade, 2010.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 17 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.

LAVILLE, Christian; DIONNE, Jean. **A construção do saber**: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Editora Artes Médicas Sul Ltda.; Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999. Tradução de: Heloísa Monteiro e Francisco Settineri.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mito e significado**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1978.

LIMA, Marco Costa. Desenvolvimento: atualização da noção. In: IVO, Anete Brito Leal, et. al. **Dicionário temático desenvolvimento e questão social**: 81 problemáticas contemporâneas. São Paulo: Annablume; Brasília: CNPq; Salvador: Fapesp, 2013.

LOPES FILHO, Boanerges Balbino (Org.). **A Folkcomunicação no limiar do século XXI**. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2012.

LUCENA FILHO, Severino Alves de. **Azulão do Bandepe**: uma estratégia de comunicação organizacional. Recife: Ed. do autor, 1998.

\_\_\_\_\_. O maior São João do mundo em Campina Grande-PB: um evento gerador de discursos culturais. **Culturas Midiáticas**, vol. 2. n. 1, jan.-jun. 2009. Disponível em:

\_\_\_\_\_. **Festa Junina em Portugal**: marcas culturais no contexto do folkmarketing. João Pessoa: Editora UFPB, 2012.

\_\_\_\_\_. Folkmarketing. In: **Metamorfose da Folkcomunicação**: antologia brasileira. MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

\_\_\_\_\_. Folkmarketing: uma estratégia comunicacional construtora de discurso. In: **Revista Internacional de Folkcomunicação**. 2008. <http://www.revistas.uepg.br/index.php?journal=folkcom&page=about>. Acesso em: 22 maio 2015.

LUNA, Jayro. **Imagens do Velho Chico na cultura do Vale do São Francisco**. Recife: Edupe, 2009. <http://docslide.com.br/documents/jayrolunaimagens-do-velho-chico-na-cultura-do-vale-do-sao-francisco.html>

LUYTEN, Joseph M. Folkmídia: uma nova visão de folclore e de folkcomunicação. In: **Folkcomunicação na arena global: avanços teóricos e metodológicos**. SCHMIDT, Cristina MELO (Org.). São Paulo: Editora Ductor, 2006.

MACIEL, Betania. Folkcomunicação e desenvolvimento: uma abordagem dos estudos folkmediáticos na modernidade. **Razón y palabra**. n. 77. 2011a. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx> . Acesso em 10 out. 2013.

MACIEL, Betania *et al.* **Folkcomunicação e Desenvolvimento Regional: Perspectivas de um novo campo do saber**. Artigo apresentado no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, 2011b.

MAGALHÃES, Ermi Ferrari. **Navegação no rio São Francisco: da canoa ao último vapor**. 3. ed. Salvador: Editora P&A, 2009

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MALINOWSKI, Bronislaw. Argonautas do Pacífico Ocidental. 2. ed. São Paulo: Abril, 1978. (Os Pensadores). Tradução de: Anton P. Carr e Lígia Aparecida Cardieri Mendonça.

MALVEZZI, Roberto. **Semiárido: uma questão holística**. Brasília: Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia - Confea, 2007.

MAMMÌ, Lorenzo (Org.). **A viagem das carrancas**. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

MARACCI, Maria Teles. Povos Indígenas. In: CALDART, Roseli Salete. et al (Org.). **Dicionário de Educação**. Rio de Janeiro, São Paulo: Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, Expressão Popular, 2012.

MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de Metodologia Científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Flávia; LUZ, Rogério; BELCHIOR, Pedro. **Nova fase da lua: escultores populares de Pernambuco**. 2. ed. Recife: Caleidoscópio, 2013.

MARTINS, José de Souza. **Sociologia da fotografia e da imagem**. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTINS, Rafael D'Almeida; VAZ, José Carlos; CALDAS, Eduardo de Lima. A gestão do desenvolvimento local no Brasil: (des)articulação de atores, instrumentos e território. In: **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro: FJV, 2010.

MATOS, Vitor Alberto; ORTEGA, Antonio César. **Território, desenvolvimento endógeno e capital social em Putnam e Bourdieu**. In: Política e Sociedade. Florianópolis, 2013.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos estudos culturais**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004. Tradução de: Márcio Marcionilo.

MELO, José Marques de. **Mídia e Cultura Popular: História, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

\_\_\_\_\_. (Org.). **Folkcomunicação**. Vários autores. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes/USP, 1971.

\_\_\_\_\_. **Portal Luiz Beltrão**. São Paulo: Cátedra Unesco / Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2013. Disponível em: <<http://www2.metodista.br/unesco/portalluiz/index.html>>. Acesso no ano de 2013.

MESQUITA, Mariana. **Folkcomunicação e hibridização cultural: interação de aportes para pensar as culturas populares**. In: Comunicação & Sociedade - Folkcomunicação. São Bernardo do Campo: Umesp, 2000.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 28.ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE, SECRETARIA DE RECURSOS HÍDRICOS. **Caderno da Região Hidrográfica do São Francisco**. Brasília: MMA, 2006.

MOREIRA, Elisabet Gonçalves. **Carrancas do Sertão: Signos de ontem e de hoje**. Petrolina: SESC/PE, 2006.

MOURA, Carlos Francisco. **Figuras de proa do Tocantins e Carrancas do São Francisco**. Navigator. Rio de Janeiro, n. 10, dez. 1974, p. 71-89. In: MAMMÌ, Lorenzo. **A viagem das Carrancas**. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

\_\_\_\_\_. **Figura de proa portuguesas e brasileiras**. Navigator. Rio de Janeiro, n. 11, jun. 1975, p. 45-64. In: MAMMÌ, Lorenzo. **A viagem das Carrancas**. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

NANTES, Pe. Martinho de. **Relação de uma missão no Rio São Francisco: relação sucinta e sincera da missão do padre Martinho de Nantes, pregador capuchinho, missionário apostólico no Brasil entre os índios chamados cariris**. São Paulo: Ed. Nacional; Brasília: INL, 1979. Tradução de: Barbosa Lima Sobrinho.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. **Educação e desenvolvimento na contemporaneidade: dilema ou desafio?**. In: BURSZTYN, Marcel (Org.). **Ciência, ética e sustentabilidade: desafios ao novo século**. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: Unesco, 2001.

NASCIMENTO, Humberto Miranda do. **Desenvolvimento Sustentável**. In: IVO, Anete Brito Leal, et. al. **Dicionário temático desenvolvimento e questão social**: 81

problemáticas contemporâneas. São Paulo: Annablume; Brasília: CNPq; Salvador: Fapesp, 2013.

NEVES, ZANONI. **Navegantes da Integração**: os remeiros do São Francisco. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

\_\_\_\_\_. **Os remeiros do São Francisco na literatura**. Revista de Antropologia. Disponível em: v. 46. n 1. São Paulo, 2003. [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-77012003000100004&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77012003000100004&lng=pt&nrm=iso)

\_\_\_\_\_. Os remeiros do rio São Francisco. São Paulo: Saraiva, 2004. (Que história é esta?).

OLIVEIRA, Francisco de. **Aproximações ao enigma**: o que quer dizer desenvolvimento local?. São Paulo: Polis, 2001.

OLIVEIRA, Nilzélia. **Desafio ambiental no cenário capitalista contemporâneo**: desenvolvimento sustentável ou sustentação do desenvolvimento?. In: MOUTINHO, Paulo; PINTO, Regina Pahim (Org.) São Paulo: Contexto, 2009.

PADILHA, Antonio e Santana. Pedro e Lina. Petrolina: [s. e.], 2006.

PANOFISKY, Erwin. **Significado nas artes visuais**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 2012. Tradução de: Maria Clara F. Kneese e J. Grinsburg.

PARDAL, Paulo. **Carrancas do São Francisco**. 1. ed. Rio de Janeiro: Serviço de Documentação Geral da Marinha, 1974. [3. ed.: São Paulo: Martins Fontes, 2006].

\_\_\_\_\_. **Carrancas do São Francisco - Cadernos de Folclore**, Rio de Janeiro: MEC/Funarte/Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro, n. 29, 1979.

PUTNAM, Robert D. La comunidad próspera. El capital social y la vida pública. In: **Cidadania y Democracia**. Madrid: Editora Pablo Iglesias, 2001.

RAMOS, Eliana Maria de Queiroz. **Estratégias de Comunicação do Plano Nacional de Turismo em Bezerros-PE: análise dos Papangus de Bezerros como ferramenta do turismo cultural e Desenvolvimento Local sob o olhar folkcomunicacional**. (2011). Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local - Posmex, Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Recife, 2015.

ROCCO, Ary. Marketing. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009a.

\_\_\_\_\_. Relações Públicas. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009b.

RODRIGUES, Rui Martinho. **Pesquisa acadêmica**: como facilitar o processo de preparação de suas etapas. São Paulo: Atlas, 2007.

RÜDIGER, Francisco. Cultura. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

SAMPAIO, Theodoro. **O rio São Francisco e a chapada Diamantina**. 2 ed. Salvador: Livraria Progresso Editôra, 1955. Coleção de Estudos Brasileiros.

SANTOS, Boaventura de Souza (Org.). **Produzir para viver: os caminhos da produção não capitalista**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. (Reinventar a emancipação social: para novos manifestos, v.2)

SANTOS, Vera Lúcia Xavier dos. **Careta de Triunfo-Pernambuco - Folkmarketing e Desenvolvimento Local**. 2015. 95 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local - Posmex, Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Recife, 2015.

SEBRAE. **Pernambuco feito à mão**. Recife: Sebrae, 2006.

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

SCHNEIDER, Sergio. **A Pluriatividade na agricultura familiar**. 2 ed. Porto Alegre: Editoria UFRGS, 2009.

SCHRAMM, Wilbur. **Comunicação de massa e desenvolvimento**. 1 ed. Rio de Janeiro: Bloch, 1970.

SILVA, Antonio de Moraes. Dicionario de Lingua Portuguesa. 7 ed. Lisboa: Typographia de Joaquim Germano de Souza Neves - Editora, 1877.

SILVA, Decilene Maria Santos Mendes da. **As bonequinhas da Sorte de Gravatá-PE no contexto do processo Folkcomunicacional e do Desenvolvimento Local**. 2011. f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) - Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local - Posmex, Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Recife, 2011.

SILVA, Jurandir Machado da. O imaginário é uma realidade: entrevista com Michel Maffesoli, em 20/03/2001, em Paris. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 15. p. 74-82, ago. 2001.

SILVA JUNIOR, Luiz Severino. **Carranca Vampira: a vitória da estética mercadológica**. IX Encontro de História da Arte EHA: Unicamp, 2013. Disponível em: <http://www.unicamp.br/chaa/eha/atas/2013/Luiz%20Severino%20da%20Silva%20Jr..pdf>. Acesso em: 10/10/2015.

SOVIK, Liv. Identidade social/identidade subjetiva. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

SUASSUNA, Ariano. **Romance d'A pedra do reino e o príncipe do sangue do vai-e-volta**. Rio de Janeiro: José olympio, 2013.

\_\_\_\_\_. **Iniciação à estética**. 13 ed. Rio de Janeiro: José olympio, 2014.

TAUK SANTOS, Maria Salett. O consumo de bens culturais nas Culturas Populares: identidade reconvertida ou diversidade refuncionalizada?. 2001.

TENÓRIO, Fernando G. **Cidadania e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: FGV Ijuí Editora Unijuí, 2007.

TORRINHA, Francisco. **Dicionário Português - Latino**. 2 ed. Porto: Editorial Domingos Barreira, [19-?].

TRIGUEIRO, Osvaldo. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos**. Minc: Comunicado apresentado no Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares. Brasília, fev./2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.pdf>. Acesso em: 23/05/2015.

VALLADARES, Clarival do Prado; PARDAL Paulo. **Guarany: 80 anos de carrancas**. Rio de Janeiro: Berlendis & Vertecchia Editores, 1981.

\_\_\_\_\_. São Francisco, de carrancas transfiguradas. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 02/12/1972. Caderno B, p. 4. In: MAMMI, Lorenzo (Org.). A viagem das carrancas. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

VASCONCELOS, Eduardo Mourão. **Complexidade e pesquisa interdisciplinar: epistemologia e metodologia operativa**. Petrópolis: Vozes, 2007.

VEYNE, Paul Marie. **Como se escreve a história: Foucault revoluciona a história**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1982. Tradução de: Alda Baltar e Maria Auxiliadora Kneipp.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. O agricultor familiar no Brasil: um ator social da construção do futuro. In: PETERSEN Paulo (org.). Agricultura familiar camponesa na construção do futuro. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009.

WOITOWICZ, Karina Janz. **A noção de cultura na Folkcomunicação e nos Estudos Culturais: diálogos entre as perspectivas de Luiz Beltrão e Stuart Hall**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 38., 2015, Rio de Janeiro. Anais... São Paulo: Intercom, 2015.

## SITES - INTERNET

ARAÚJO, Robson Victor da Silva. **Da Ibéria ao sertão: reminiscências e resíduos ibero-medievais na epopeia paraibana de Ariano Suassuna**. 2012. 120 f. Dissertação (Mestrado em História) - Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Campina Grande, 2012.

BRITO, Luiza Teixeira de Lima, et. al. **Cisterna Rural**: água para o consumo animal. Disponível em: [http://ieham.org/html/docs/Cisterna\\_Rural\\_%C3%81gua\\_Consumo\\_Animal.pdf](http://ieham.org/html/docs/Cisterna_Rural_%C3%81gua_Consumo_Animal.pdf). Acesso em: 30/01/2016.

CAVALCANTI, Josefa Salete Barbosa. **Frutas para o mercado global**. disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141997000100005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141997000100005).

DUMAS, Véronique. [http://www2.uol.com.br/historiaviva/artigos/notre-dame\\_850\\_anos.html](http://www2.uol.com.br/historiaviva/artigos/notre-dame_850_anos.html)

EMBRAPA SEMIÁRIDO. 2010. Acesso em: 11/07/2016. [https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Uva/CultivodaVideira\\_2ed/clima.html](https://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Uva/CultivodaVideira_2ed/clima.html)

IBGE. <http://www.cidades.ibge.gov.br>

KIDDY, Elizabeth W. **O rio São Francisco**: geografia e poder na formação da identidade nacional brasileira no século XIX. Disponível em: <http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/viewFile/1241/982>. Acesso em 13/08/2016.

LIMA, João Policarpo R.; GATTO, Maria Fernanda. A economia do semiárido de Pernambuco: ainda sem produção?. **Economia e desenvolvimento**. Recife, v. 12. n. 2, 2013. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/index.php/economia/article/viewFile/22708/12583>. Acesso em 13/07/2016.

MATOS, Aécio Gomes de. **Capital Social e Autonomia**. [entre 2000 e 2014]. Disponível em: <http://capitalsocial.xpg.uol.com.br/artigos/artigo1.rtf>. Acesso em: 23/05/2015.

MOREIRA, Elizabet Gonçalves. **Carrancas do Sertão**: Signos de ontem e de hoje. 2016. Disponível em: <http://www.culturacritica.cc/2016/10/carrancas-do-sertao-signos-de-ontem-e-de-hoje/?lang=pt-br>. Acesso em: 11/11/2016.

OSETE, Luís. Carrancas: a cara do São Francisco. Overmundo. Disponível em: <http://www.overmundo.com.br/overblog/carrancas-a-cara-do-sao-francisco>. Acesso em 02/09/2013.

PINTO, Eudes de Souza Leão. **A Extensão Rural no Brasil**. Academia Pernambucana de Ciência Agronômica. Anais. v. 5-6, Recife, 2008-2009, p. 35-43. Acesso em: 23 ago. 2013. disponível em: < <http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/19282/1/Leao-Pinto.pdf> >.

PNUMA/ONU. 2015. disponível em: <https://nacoesunidas.org/docs/meio-ambiente/>. Acesso em: 17/12/2015.

SOARES, Valter Guimarães. **(Es)quadros do sertão baiano**: a viagem de Spix e Martius. Disponível em: [http://www2.uefs.br/ppgldc/publicacoes/cad.lit.div.n2\\_35-51.pdf](http://www2.uefs.br/ppgldc/publicacoes/cad.lit.div.n2_35-51.pdf). Acesso em: 13/08/2016.

TEIXEIRA, Antônio Heriberto de Castro. **Informações agrometeorológicas do polo Petrolina, PE / Juazeiro - 1963 - 2009**. Petrolina: Embrapa Semiárido, 2010. <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/883657/1/SDC233.pdf>

UNITED NATIONS. **Our common future, chapter 2**: Towards sustainable Development. New York: United Nation, 1987. Disponível em: <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm#I>. Acesso em: 03/10/2016.

VIDAL. Laurent. **O São Francisco, um rio de muitas esperas**. *Confins* [Online], 23 | 2015, posto online no dia 05 Março 2015. Disponível em: <http://confins.revues.org/10100> ; DOI : 10.4000/confins.10100. Acesso em: 13/08/2016.

<https://www.infraero.gov.br/index.php/aeroportos/peernambuco/aeroporto-de-petrolina.html>

<https://www.marinha.mil.br/>

<http://brasilecola.uol.com.br/historiag/arte-gotica.htm>

<https://www.youtube.com/watch?v=49JZf0Bsf5Q>

<https://vivimetaliun.wordpress.com/2015/07/21/por-que-existem-as-gargulas/>

<http://www.auladearte.com.br/estetica/grotesco.htm#axzz4ELIdCb5H>

<http://educador.brasilecola.uol.com.br/estrategias-ensino/a-cultura-popular-na-idade-media.htm>

<http://yquetesorprende.blogspot.com.br/2010/04/la-cultura-popular-en-la-edad-media-y.html>

<http://www.efdeportes.com/efd172/instrumentos-de-pesquisa-cientifica-qualitativa.htm>

<https://territoriomasmaos.wordpress.com/sertao/petrolina/>

<https://www.youtube.com/watch?v=8lkQAtHsdJM>

<http://multicienciaonline.blogspot.com.br/2014/11/juazeiro-petrolina-virou-o-hino-dos.html>

<http://www.gorgulho.com/?sessao=materia&idMateria=2&titulo=A-NOVA-NASCENTE-DO-RIO-SAO-FRANCISCO>

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-47142013000200003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-47142013000200003)

<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/15806/1/Ivoneide%20de%20Fran%C3%A7a%20Costa.pdf>

[http://www.abep.nepo.unicamp.br/encontro2010/docs\\_pdf/eixo\\_1/abep2010\\_2446.pdf](http://www.abep.nepo.unicamp.br/encontro2010/docs_pdf/eixo_1/abep2010_2446.pdf)



<http://periodicos.ifsertao-pe.edu.br/ojs2/index.php/revista/article/view/70>

<http://galeriagotica.blogspot.com.br/p/o-brasil-gotico.html>

[http://unimontes.br/arquivos/2012/geografia\\_ixerg/eixo\\_rural/cultura\\_das\\_carrancas\\_e\\_m\\_piraporamg%E2%80%A2.pdf](http://unimontes.br/arquivos/2012/geografia_ixerg/eixo_rural/cultura_das_carrancas_e_m_piraporamg%E2%80%A2.pdf)

<http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,chefs-mexicanos-confessam-nao-ha-paletas-recheadas-na-terra-de-chesperito,5432,0.htm>

<http://abrpsp.org.br/mercado/definicao-de-rp-da-abrp/>

## APÊNDICE A: ROTEIRO DE ENTREVISTAS

*Empresário / Representante de Instituição Pública ou Mista*

**Primeiro Bloco - Identificação**

Nome:

Idade:                                      Gênero: M (   )                      F (   )

Formação:

Empreendimento:

Espaço físico:

Número de funcionários:

**Segundo Bloco - Perguntas**

1. Você acha que a imagem da Carranca representa uma marca para Petrolina?
2. Por que você usa a imagem/nome das Carrancas em seu produto, empreendimento ou instituição?
3. Na sua visão, que vantagem o uso dessa imagem pode trazer para o município/região?
4. Quais as peças que você comercializa com imagens de Carrancas?/ Qual as formas de aplicação do nome e/ou imagens das Carrancas no marca/identidade visual do empreendimento/corporação?
5. Quem produz as peças? moradores locais? (esculturas no caso dos lojistas ou relativo às peças da identidade visual)?
6. Alguns produtos/corporações fazem uso das imagens das Carrancas fora de Petrolina e fora do Vale do São Francisco. Você acha essa imagem poderia ser melhor aproveitada como potencialidade local? (nos âmbitos do turismo, da cultura, do mercado do artesanato e das artes e outros).
7. Você participa de alguma associação, conselho ou organização coletiva?
8. Existem parcerias entre o setor do ramo de turismo e/os artesãos/empreendimentos?
9. Você tem conhecimento de parcerias entre o setor público e o setor privado visando ao Desenvolvimento Local, por meio das potencialidades culturais locais?
10. Você participa de alguma forma das decisões do Poder Público em quaisquer de suas instâncias?

## APÊNDICE A: ROTEIRO DE ENTREVISTAS

*Escultores/carranqueiros*

**Primeiro Bloco - Identificação**

Nome:

Idade: Gênero: M ( ) F ( )

Temática da obra:

**Segundo Bloco - Perguntas**

1. Desde quando você começou a esculpir e fale um pouco sobre o tema da sua obra?
2. Você produz ou já produziu Carrancas em sua carreira?
3. Para você o que representam as Carrancas?
4. Você explica o significado das Carrancas pro cliente?
5. Você acha que a imagem da Carranca representa uma marca para Petrolina?
6. Você está satisfeito com o seu trabalho?
7. Você vive exclusivamente das esculturas ou tem outra fonte de renda?
8. Você ensina sua arte para outras pessoas?
9. Você participa de outras feiras além da Fenearte?

**APÊNDICE B: TABELA DE REPRESENTAÇÃO DO VOLUME DE NEGÓCIOS  
REALIZADOS PELOS ESCULTORES DE PETROLINA DURANTE A FEIRA  
NACIONAL DE ARTESANATO - FENEARTE 2016 (Centro de Convenções de  
Pernambuco - Olinda).**

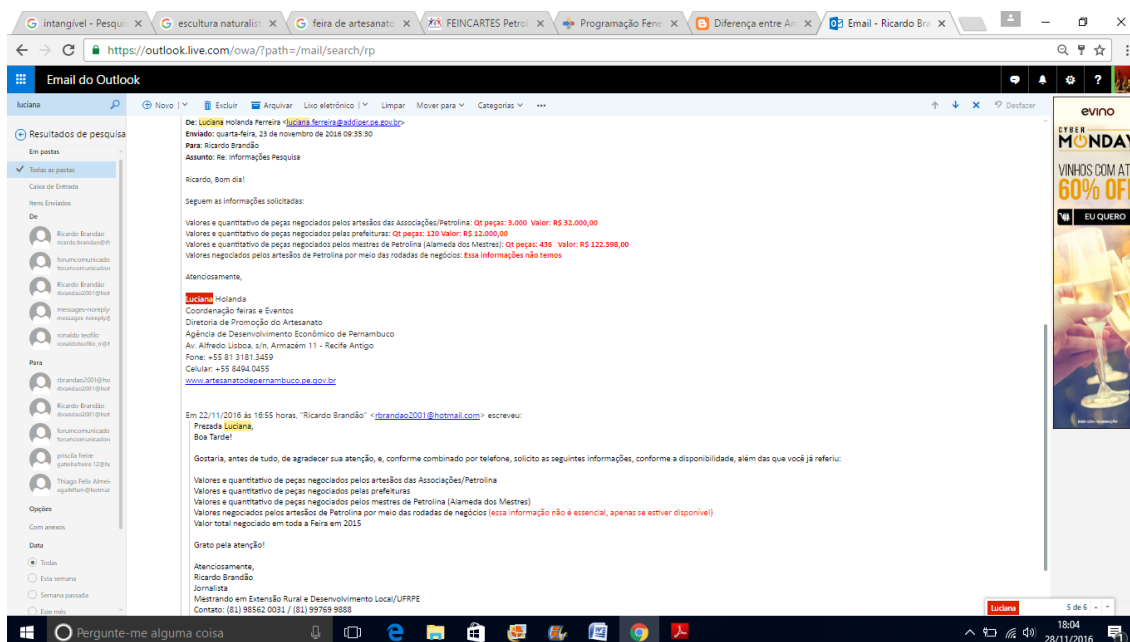
<b>Entidade</b>	<b>Número de peças comercializadas</b>	<b>Valor comercializado</b>
Associação dos Artífices de Petrolina (Assape).	3.000	R\$ 32.000,00
Estande da Prefeitura Municipal de Petrolina*.	120	R\$ 12.000,00
Alameda dos Mestres (escultores mais destacados da Oficina do artesanato Mestre Quincas).	436	R\$ 122.598,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.556</b>	<b>R\$ 166.598,00</b>

\* O estande da Prefeitura de Petrolina expõe outras peças de arte e artesanato, além de souvenirs com as imagens das Carrancas (carrancas vampiro em tamanho pequeno, chaveiros, ímãs de geladeira, camisas com a imagem das Carrancas), e também as peças das costureiras que integram a Associação dos Artífices de Petrolina (Assape). No entanto, vê-se que o volume de negócios movimentado pelo estande da Prefeitura é de apenas 7,2% do valor total. Verifica-se, portanto, que a venda das esculturas representa o volume majoritário dos negócios realizados no evento pelos participantes de Petrolina.

---

*Fonte:* Adaptado da Diretoria de Promoção do Artesanato da Agência de Desenvolvimento de Pernambuco (AD Diper), conforme *Anexo A*.

## ANEXO A: Documento de Certificação das informações do APÊNDICE B



Ampliação do documento supra:

