



GT 4 - Folkcomunicação e Desenvolvimento

A Folkcomunicação e desenvolvimento local nos processos artístico-culturais da cenografia do carnaval de Olinda em 2013

Filipe Lima Silva¹;

Irenilda de Souza Lima²

Simone Glauce Rocha Amorim³

Mauricio de Siqueira Silva⁴

Resumo

O presente estudo tem como referencial as manifestações culturais encontradas na exposição cenográfica da decoração do carnaval de Olinda no ano de 2013, sob o tema “Pernambuco imortal, imortal”, baseada na diversidade cultural do estado de Pernambuco. Pretendemos identificar neste contexto os processos associativos, o capital humano e o capital social disponibilizados para alcançar o desenvolvimento local no processo de concepção, criação e confecção das obras de arte produzidas. O objetivo do estudo é analisar, sob uma perspectiva folkcomunicacional, as estratégias de articulação entre atores sociais da sociedade civil, ONGs, setor privado e o Estado no processo de

¹ Bacharel em Direito pela Universidade Católica de Pernambuco e Mestre em Extensão e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (POSMEEX).

² Professora da Universidade Federal Rural de Pernambuco – UFRPE. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Pós-doutorado em Educação e Desenvolvimento pelo Institut *National de Recherche Agronomique* e pela Maison Familial Rural da França. Professora do Programa de Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Rural da UFRPE.

³ Licenciada em História pela Universidade de Pernambuco - UPE e Pós-graduada em Atendimento Educacional Especializado pela Universidade Federal do Ceará. Aluna especial do Programa de Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da UFRPE.

⁴ Graduado em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Pernambuco. Aluno especial do Programa de Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local da UFRPE.



empoderamento da comunidade, por seus artesãos, e de valorização da cultura mediante a disponibilização das obras no sítio histórico de Olinda, Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade, no período momesco, uma vez que tal evento pode ser considerado como recurso de comunicação pertinente e significativo para o desenvolvimento local. Os resultados do estudo alimentam a expectativa de que o presente trabalho venha a servir para como ferramenta comunicacional que promova a cultura e o desenvolvimento local.

Palavras-chaves: Folkcomunicação – Desenvolvimento local – Cultura popular

Aspectos introdutórios

O presente estudo busca analisar de que forma as manifestações artístico culturais em eventos de massa como o Carnaval de Olinda de 2013 podem ser observadas como estratégias comunicacionais, mediante uma perspectiva folkcomunicação, para a apropriação da cultura popular pela população em geral e no estímulo à participação dos sujeitos envolvidos na construção de processos de desenvolvimento local em consonância com a cultura local e do Estado, podendo ser dado aqui um pertinente recorte no que tange à cultura originária do campo.

A realidade de onde nasce este estudo

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



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Além de seu carnaval internacionalmente conhecido, a cidade é berço de inúmeras manifestações artísticas e culturais como a Mimo, Mostra Internacional de Música de Olinda, e a Fliporto, Festa Literária Internacional de Pernambuco, Olinda Arte em Toda Parte, fazendo ainda parte de sua rotina desfiles de blocos e cortejos, serestas, bonecos gigantes, maracatus e a exposições nos ateliês.

O Carnaval de Olinda é um dos maiores acontecimentos culturais do Brasil. De repercussão internacional, possui importância dentre os demais eventos nacionais como o Carnaval de Salvador, do Rio de Janeiro e de Recife, cidade vizinha, sendo estimado um público estimado para o evento foi estimado em 2.00.000 de pessoas.

Resultante dessa miscigenação o Carnaval de Olinda incorpora à sua identidade uma diversidade cultural que se congregam e se traduzem na riqueza da cidade, tornando o evento único e intrínseco em si, características estas que o individualiza em relação aos demais carnavais, sendo, portanto, singular.

O problema e sua importância

Dentro do contexto apresentados observamos, sob uma perspectiva folkcomunicação, as estratégias de articulação entre atores da sociedade civil e do Estado no processo de empoderamento da comunidade, por seus artesãos, bem como, intrinsecamente, os processos de valorização da cultura mediante a disponibilização das obras no sítio histórico de Olinda, Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade, no período momesco.

Pormenorizando o interesse pela pesquisa, consideramos importante analisar como se dão os processos artístico-culturais da cenografia do carnaval de Olinda em 2013, enquanto recurso de publicidade e comunicação pertinente e significativo para o



desenvolvimento local, assim como quais os atores envolvidos e qual a importância de suas articulações para o desenvolvimento da comunidade.

Logo, mostra-se pertinente e exequível a presente pesquisa, uma vez que se busca verificar como ocorrem os processos comunicacionais verificados com a exposição das obras artesanais que compõem a cenografia em tela, tendo o desenvolvimento local como estímulo e resultado para a comunidade.

Objetivos

Pretendemos identificar neste contexto os processos associativos, o capital humano e o capital social disponibilizados para alcançar o desenvolvimento local no processo de concepção, criação e confecção das obras de arte produzidas.

Como resultados específicos, buscou-se analisar a importância do poder Público na promoção de eventos dessa natureza; investigar o alcance em extensão e dimensão do evento quanto ao público participante; identificar os artesãos e suas formas associativas, bem como a produto de seu labor; analisar os processos comunicacionais, sob o prisma da folkcomunicação, no que tange a relação exposição/divulgação e valorização do local.

Bases metodológicas e as técnicas de pesquisa

As ideias foram pautadas na utilização de técnicas de pesquisa documental através da análise de Processos e procedimentos licitatórios que envolveram a escolha do tema e entidade executora da obra e dos resultados aferidos pela Administração Pública e Mídia especializada, inclusive através de documentos disponibilizados em mídia digital e internet, buscando a identificação dos agentes envolvidos também nos sítios eletrônicos.



A base teórica possui em seu bojo referências atinentes de comunicação, folkcomunicação, Identidade, culturas populares e desenvolvimento sustentável, Comunicação Rural, (CANCLINI, SILVEIRA; MARTINS; SANTOS e etc), com destaque ainda aos professores do Programa de Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEEX) da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), Betania Maciel e Irenilda de Souza Lima, com suas colocações, reforços e lutas em favor dos contextos populares e dos conceitos epistemológicos constantes nos temas apresentados neste trabalho.

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

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

Acreditamos que o aporte teórico necessário e os procedimentos metodológicos serão continuados no âmbito do Programa de Extensão Rural e Desenvolvimento Local, da UFRPE, pela tradição de estudos sobre os temas pertinentes ao interesse na pretensão deste estudo.

Os processos artístico-culturais da cenografia do carnaval de Olinda em 2013

O Carnaval de Olinda incorpora à sua identidade uma diversidade cultural que se congregam e se traduzem na riqueza da cidade, tornando o evento único e intrínseco em si, características estas que o individualiza em relação aos demais carnavais, sendo, portanto, singular, conforme preceitua Wanderley (2007, p.9):



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

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

O carnaval de Olinda possui uma identidade impar e que é representada em todo Brasil e fora dele pelos seus bonecos gigantes que desfilam pelas ladeiras da cidade patrimônio e que representam personalidade marcantes da história local e nacional, trazendo muitas vezes em seus adereços críticas sociais ou exaltações que conferem legitimidade e o caráter efetivamente popular da festividade.

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

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

A compreensão das culturas populares faz-se mister, uma vez que elas são derivadas de conflitos entre a cultura hegemônica e a cultura popular através de um processo quase simbiótico, no qual se mostram interpenetrados e que envolvem fenômenos comunicativos e/ou econômicos e sociais inerentes a estrutura da sociedade e ao sistema de produção como o questionamento e a narcotização, bem como a integração interpenetração, encobrimento, dissimulação e amortecimento das contradições sociais, sem contar com a oralidade, o tradicionalismo e o analfabetismo (CANCLINI, 1983).



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

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

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

Ao tratarmos dos diversos agentes envolvidos no processo criativos, observamos que, partindo do viés de uma obrigação institucional de ter o interesse público como norte e finalidade de suas ações, as iniciativas do Poder Público de valorização da cultura local e regional, assim como a inserção da comunidade, seja como referência seja como destinatária do evento, mostra-se como um mecanismo de articulação entre o Estado e povo.

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



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

Em virtude dessa expressão singular, única em si, o Poder Público Municipal deve atingir os interesses da sociedade. Para atender a esses anseios sociais, os quais determinam toda e qualquer ação do Município, a Secretaria de Patrimônio e Cultura definiu o tema do carnaval de carnaval de 2013 que a cidade de Olinda foi ornamentada com obras de artes artesanalmente construídas para o evento que recebeu o tema "Pernambuco imortal, imortal", que trouxe a grande variedade de representações culturais, desde renomadas personagens históricas do estado de Pernambuco até suas manifestações através das danças e artesanatos, em especial do interior, trazendo elementos do Sertão ao Litoral.

Destarte existir um arraigado cunho artístico e cultural, o carnaval possui um outro papel muito importante para a cidade de Olinda, o de fomentador de rendas. São centenas de agremiações beneficiadas, milhares de trabalhadores informais incluídos no cenário econômico e a cidade como um todo, que durante todo o período carnavalesco efervesce e cresce, haja vista o elevado número de turistas de todo o mundo que circulam na cidade alta e fomentam o comércio.

Martins (2002) assevera que a verdadeira exclusão está na desumanização própria da sociedade contemporânea, que nos torna panfletários na mentalidade ou nos torna indiferentes em relação aos seus indícios visíveis no sorriso pálido dos que não têm um teto, não têm trabalho e, sobretudo, não têm esperança

Outro aspecto a ser considerado na pesquisa está na exposição e no público alvo dos eventos de massa. O acesso da população local, nacional e internacional as obras de arte expostas possuem várias nuances a serem analisadas, das quais duas serão abordadas diretamente na presente pesquisa: a primeira decorre da extensão, magnitude e popularização das riquezas culturais apresentadas e a outra está na divulgação, valorização e consagração dos artistas diretamente envolvidos na elaboração das obras expostas e, indiretamente, dos artistas representados nos trabalhos.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

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

Dentro dos processos de elaboração, confecção e exibição podemos descrever a participação da comunidade diretamente envolvida nos processos de criação das obras de artes apresentadas. Cabe-nos um adendo e definição do produto final destas atividades como sendo obras de artes, uma vez que o que as qualifica como tal são os detalhes e a forma artesanal com que são constituídas e a referência cultural íntima os seus artesãos, que acabam por trazer seus elementos subjetivos de história e identidade para suas obras.

A responsabilidade pela cenografia do Carnaval de Olinda 2013 coube ao Centro de Cultura Popular Viva Arte, instituição com notório reconhecimento baseado em matérias jornalísticas e sites especializados, tendo a mesma realizado atividades culturais diversas para diversos outros órgãos públicos e privados. Assim, pelas contribuições de relevância feitas à cultura, foi definida a contratação do Centro de Cultura Popular Viva Arte para execução do projeto, através do procedimento de inexigibilidade de licitação pela inviabilidade de competição, devido a natureza do objeto que versa sobre valor artístico e pela singularidade dos trabalhos.

O Carnavalesco e artista plástico, Fernando Augusto Gonçalves foi o criador da concepção das obras expostas. Foram confeccionados entorno de 100 bonecos que envolveram processos artísticos criativos de esculpir, revestir e montar até passando



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

pelos fases de fibragem, brocalização, carpintaria e serralharia das peças, feitas de isopor e revestidas de papel, resina, poliuretano, tinta e fibra de vidro.

Os trabalhos possuem como matéria-prima principal blocos de isopor que são transformados em figuras com blocos de 2mx1mx50cm, possuindo a menor das obras produzidas meio metro de altura e a maior 7,5 metros. A cenografia completa custou ao cofres públicos a importância um milhão de reais.

São esculturas diferentes e exclusivas, feitas uma a uma, artesanalmente. Em cada cena várias alegorias compõem a intervenção, o primor é o mesmo, já as dimensões acomodam-se a cada paisagem onde foram fixadas. O legado desses trabalhos manuais feitos sob medida para Olinda vão além da contribuição bela e plástica para os referidos eventos, preservado através dos temas e do modo de fazer dos mestres envolvidos no processo.

A a exposição das obras de artes foi disposta em cenas alocadas por 18 pontos estratégicos de Olinda e que representam regiões ou cidades do estado de Pernambuco. Olinda foi referendada pelo brasão da cidade, uma boneca gigante denominada Dona Olinda Holanda Lindamente Linda, e bonecos gigantes representando pernambucanos notáveis como Luiz Gonzaga, Nelson Rodrigues, Janete Costa, Capiba, Paulo Freyre, Mestre Salustiano, Manuel Bandeira, Gilberto Freire, Bajado, Chacrinha, Chico Science, Ascenso Ferreira e João Cabral de Melo Neto.

Os outros municípios foram representados da seguinte forma: Lampião e Maria Bonita, representando o município de Serra Talhada; os caretas da cidade de Triunfo; os caiporas da cidade de Pesqueira; os papangus do município de Bezerros; a Bicharada do Mestre de Jaime da cidade de Salgueiro; as cerâmicas do Mestre Vitalino do Alto do Moura em Caruaru; as carrancas da cidade de Ibimirim; os Mamulengos de Glória de Goitá e os leões sentados de Tracunhaém.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
“FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL”
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

O sertão foi representando na obra “Vidas Secas” de Euclides da Cunha e o estado de Pernambuco, em si, representado por Leões em referência a designação do estado como Leão do Norte, bem como por caboclos de maracatu e passistas de frevo.

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

E mais: se embarcamos na busca pelo desenvolvimento local, que para Paulo de Jesus (2003) é visto como um processo que mobiliza pessoas e instituições buscando a transformação da economia e da sociedade locais, criando oportunidades de trabalho e de renda, superando dificuldades para favorecer a melhoria das condições de vida da população local, tais relações se tornam mais complexas e mais desafiadoras.

O barracão/atelier no qual foram confeccionados as figuras que decoraram o evento foi instalado no Cine Olinda, bairro do Carmo e teve, em seu processo criativo, o envolvimento um capital social de mais de 60 artistas, profissionais e aprendizes, ligados à Escola de Artes e Ofícios Alegóricos Mamulengo Só-Riso, num processo que durou aproximadamente três meses. A ONG trabalha ainda com jovens carentes de comunidades de Olinda que circundam a cidade alta, palcos dos eventos carnavalescos, como a V-9, V-8, Ilha do Maruim, bem como com assentamentos rurais do estado e municípios como Glória do Goitá, na Zona da Mata (LIMA, 2010).

Silveira (apud TAUKE SANTOS; ALBUQUERQUE, 2009, p. 59) entende que o capital social atine a “um processo que visa fortalecer a autoconfiança de grupos



populacionais desfavorecidos, com o propósito de capacitar indivíduos para a articulação de interesses individuais e comunitários na busca do bem comum”.

A ONG Mamulengo Só-Riso possui trajetória de quase 40 anos de trabalho:

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

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

Análise dos resultados

Assim, devemos pensar em grandes eventos como o Carnaval de Olinda 2013 como forma de construção de novas estratégias de intervenção visando valorizar o local em vários aspectos de sua identidade para que se possa encontrar caminhos que nos liberem dos modelos tradicionais e superados para um desenvolvimento local que possa promover, reconhecer, valorizar e restaurar a dignidade de homens e mulheres (artistas/artesãos), das camadas sociais menos privilegiadas, reconhecendo-os como sujeitos cognoscentes.



Cabe-nos nesse ensejo enriquecer o presente trabalho com o ensinamento do Mestre Paulo freire (2000), que diz:

Um dos saberes fundamentais mais requeridos para o exercício de tal testemunho é o que se expressa na certeza de que mudar é difícil, mas é possível. É o que nos faz recusar qualquer posição fatalista que empresta a este ou àquele fator condicionante um poder determinante, diante do qual nada se pode fazer.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Assim, conforme o caráter exploratório inicial a que se propôs, foi possível identificar parte da conjuntura social que se inter-relaciona como a cenografia do carnaval de Olinda em 2013, bem como a forma como as necessidades e interesses dos artistas e artesãos locais são alcançados através de sua participação/interação com o público através da exposição de obras de arte e como esse processo envolve parcerias com as organizações públicas e da sociedade civil contribuindo para o desenvolvimento local naquela comunidade.

Os resultados do estudo alimentam a expectativa de que o presente trabalho venha a servir como ferramenta comunicacional que promova a cultura e o desenvolvimento local com a inserção e participação dos artistas e artesãos locais como forma de alcance do desenvolvimento local.

REFERÊNCIAS

BENJAMIM, Roberto Emerson Câmara. Folkcomunicação no contexto da massa. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, Editora universitária/UFRN, Pg.11, 2001.

BRASIL. Ministério da Cultura. http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/11/mamulengo_rev_pb.pdf.

CANCLINI, Nestor Garcia. As culturas populares no capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1983.



XVI CONFERÊNCIA BRASILEIRA DOS ESTUDOS DA FOLKCOMUNICAÇÃO
"FOLKCOMUNICAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL"
Juazeiro do Norte-CE, 26 a 28 de Junho de 2013

CANCLINI, Nestor. G. Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora da Universidade. DE JESUS, Paulo. Desenvolvimento Local. In Cattani, A. David. (org). A Outra Economia. Porto Alegre: Vaz Editores. 2003, p. 72-75.

DE JESUS, Paulo. Desenvolvimento Local. In: CATTANI, A. David. (org). A Outra Economia. Porto Alegre: Vaz Editores. 2003.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da Indignação, São Paulo: Editora UNESP, 2000.

GLOBO. Decoração do carnaval de Olinda celebra manifestações culturais de PE. Disponível em: <http://m.g1.globo.com/pernambuco/carnaval/2013/noticia/2013/01/decoracao-do-carnaval-de-olinda-cebra-manifestacoes-culturais-de-pe.html?hash=2>. Acessado em: 22 de janeiro de 2013.

LIMA, Felipe. Mamulengo Só-Riso, 35 anos na estrada. página oficial da Associação Pernambucana de Teatro de Bonecos – APTB. Disponível em: http://www.bonecosdepernambuco.com/index.php?option=com_content&view=article&id=105:mamulengo-so-riso-35-anos-na-estrada&catid=42:on-line&Itemid=79.

MARTINS, José de Souza. A Sociedade Vista do Abismo: novos estudos sobre exclusão, pobreza e classes sociais. Petrópolis: Vozes, 2002.

PRIMEIRA CONFERÊNCIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA: Economia solidária como estratégia e política de desenvolvimento, 2006, Brasília. Documento Final.

SANTOS, Boaventura de Souza; RODRIGUEZ, Cezar. Introdução: para ampliar o cânone da Produção. In: _____ (Org.). Produzir para viver. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

TAUK SANTOS, Maria Salett; RODRIGUES, Alfredo Sotero A; VUMA, Samora Zacarias. Políticas Públicas de Cultura e consumo cultural de pescadores artesanais no Brasil. In: CALLOU, Angelo Brás Fernandes; TAUK SANTOS, Maria Salett; GEHLEN, Vitória Régia Fernandes (Orgs). Comunicação, Gênero e Cultura em comunidades pesqueiras contemporâneas. Recife: Fundação Antônio dos Santos Abranches, 2009.

WANDERLEY, Alba Cleide Calado. Cultura, Memória e História como substratos na construção identitária. In: FECHINE, Ingrid; SEVERO, Ione (Org). Cultura Popular: nas teias da memória. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2007.