



## **Casa do Boneco/ Itacaré-BA: cultura popular, poder local e comunicação no turismo<sup>1</sup>**

Pricilla de Souza Andrade<sup>2</sup> (Bolsista Fapesb)  
Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC

### **Resumo**

Esta pesquisa tem como objetivo analisar os principais aspectos que envolvem as relações sociais estabelecidas entre a Associação de Educação, Arte e Cultura Popular Casa do Boneco, localizada no município de Itacaré/Ba e a comunidade local. Através da pesquisa de campo, o presente estudo descreve as posições ideológicas do presidente da Ong, Jorge Rasta, que se constitui hoje, como uma das forças que integram o poder local. Dessa forma, a pesquisa apresenta como resultado a caracterização do espaço turístico, as ações desenvolvidas para a atividade turística e os instrumentos de comunicação que vêm sendo utilizados. Pontuam-se aqui, algumas sugestões propositivas para que haja melhor formatação dos produtos turísticos oferecidos pela Casa do Boneco e melhor aproveitamento das tecnologias de comunicação.

**Palavras-Chave:** ONG; cultura popular; turismo; poder local; comunicação.

### **Considerações Iniciais**

O crescente número de ONGs e instituições que atuam no Brasil fazem com que se torne importante repensar, o papel que elas exercem no país, mas, principalmente analisar, diante das propostas estabelecidas, o apoio e conseqüentemente a aceitação ou não da população local, onde elas atuam, diante do trabalho que se propõem a desenvolver.

A ABONG (Associação Brasileira de Ongs não Governamentais) possui mais de 250 ongs associadas, 60% delas possuem mais de 15 anos de existência. No entanto, correspondem a um número pequeno, segundo a própria ABONG, que comenta o estudo mais recente sobre o universo brasileiro, do qual as Ongs fazem parte. O resultado foi lançado em dezembro de 2004, pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e o Instituto

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT - Interfaces com Desenvolvimento, a Cultura e o Meio Ambiente do *IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pela Universidade Estadual de Santa Cruz, especialista em Docência no Ensino Superior pela Faculdade do Sul- Rede o Delta, mestranda em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz - Uesc. [pricillandrade@yahoo.com.br](mailto:pricillandrade@yahoo.com.br).



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

*IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007*

Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em parceria com a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (Abong) e o Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife).

De acordo com o estudo, de modo geral, o conjunto das associações e fundações brasileiras é formado por milhares de organizações muito pequenas e por uma minoria que concentra a maior parte dos empregados das organizações. Cerca de 70% delas não têm empregados e por outro lado, cerca de 2.500 entidades (1% do total), absorvem quase um milhão de trabalhadores. Esse pequeno universo é formado por grandes hospitais e universidades pretensamente sem fins lucrativos, ns sua maioria, entidades filantrópicas (portadoras do certificado de entidade beneficente de assistência social, possibilitando a isenção da cota patronal devida, em razão da contratação de funcionários e prestadores de serviço).

As organizações voltadas para o desenvolvimento e a defesa de direitos, para o desenvolvimento rural, para a promoção do meio ambiente e da cultura, perspectiva em que a Ongs se enquadram. Como é o caso da Associação Casa do Boneco, a ser estudada no presente artigo, elas constituem um pequeno grupo de organizações dentro do universo associativo brasileiro.

Ainda assim, houve um grande crescimento dessas organizações na última década e, que segundo pesquisas já citadas aqui anteriormente, entre 1996 e 2002, passaram as mesmas de pouco mais de 2.800 organizações para, aproximadamente, 8.600 em seis anos.

Neste sentido, o município de Itacaré com, aproximadamente, 20 mil habitantes, registra uma população urbana de 8.000 pessoas em média, distribuídas em seus sete bairros. Tendo grande parte do seu território coberto por unidades de conservação, como a Área de Proteção Ambiental (APA) de Itacaré – Serra Grande e o Parque Estadual do Conduru destaca-se no cenário contendo por volta de 20 ONGs.

Itacaré situa-se na Costa do Cacau, localizada na região sul do estado da Bahia. Nesse território turístico, são desenvolvidas as atividades da Associação Comunitária de Educação, Arte e Cultua Popular Casa do Boneco, que possui como sede, uma casa de espetáculos também denominada Casa do Boneco. Neste espaço, acontecem diversas oficinas no âmbito das atividades artísticas e culturais voltadas para o turismo.

A Casa do Boneco é um espaço popular que, essencialmente, promove culturas híbridas, como atribui Canclini:



Os fenômenos culturais *folk* ou tradicionais são hoje o produto multideterminado de agentes populares e hegemônicos, rurais e urbanos, locais, nacionais e transnacionais. Por extensão, é possível pensar que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações. (CANCLINI, 2001, p.220).

O município de Itacaré apresenta, entre os seus principais aspectos, a cultura local como uma amálgama da cultura negra, originalmente escrava, advinda da Chapada Diamantina, com a indígena aymoré e guerém, e ainda com a mestiça derivada da atividade cacauieira, principalmente. Hoje, os descendentes desse cenário cultural convivem diariamente com novas experiências trazidas pelos turistas de outros estados e países.

Entretanto, essa característica multicultural vem sendo modificada pela intensificação junto à atividade turística, no sentido de que é possível observar a inter-relação que se estabelece entre os diversos grupos, seja de autóctones e/ou turistas que “celebram” o pluralismo cultural, nos mais diversos espaços do município. Esse aspecto também é reconhecido no espaço da Casa do Boneco, onde o interculturalidade como se verá, mais adiante, se apresenta como uma forma nova de relacionamento entre diversos grupos.

O objetivo deste estudo consiste em caracterizar as especificidades do turismo em Itacaré, desde as suas origens históricas assim como suas tendências, com o intuito de descrever paralelamente a atuação da Associação Casa do Boneco no município. Essa pesquisa tem como motivação a análise qualitativa do apoio oferecido pela comunidade, entende-se aí, a população civil, empresários, ongs nacionais e/ou internacionais e os órgãos públicos em geral.

Diante desse levantamento cabe verificar através de alguns aspectos, duas variáveis que buscam responder aos principais questionamentos que permeiam o estudo. De que forma a Casa do Boneco como fomentadora de cultura popular, vem constituindo sua posição frente à comunidade de Itacaré e aos poderes hegemônicos instituídos, descrevendo, em contrapartida, as ações comunicativas desenvolvidas para motivar e atrair o turismo para o município. Acredita-se que esta Associação vem desempenhando funções ímpares e transformadoras na vida dos jovens atendidos, além de se caracterizar como uma resistência frente a alguns poderes locais do município e um espaço promissor de integração cultural com o turismo.

### **A Casa do Boneco como Espaço Turístico**



A “Casa do Boneco” se apresenta como um lugar da Interculturalidade, fundamentando-se na abordagem de Canclini (2005), que elabora a teoria, percebe-se que;

A interculturalidade remete à confrontação e ao entrelaçamento, àquilo que sucede quando os grupos entram em relações e trocas. Ambos os termos implicam dois modos de produção do social: *multiculturalidade* supõe aceitação do heterogêneo; *interculturalidade* implica que os diferentes são o que são em relações de negociação, conflito e empréstimos recíprocos. (CANCLINI, 2005, p. 17).

Sendo assim, atribui-se o termo intercultural aos diversos grupos da cidade que, apesar de diferentes, desiguais e, em determinado sentido, conflituosos interagem e se relacionam nesse espaço. O interesse situa-se em analisar a Casa do Boneco, inserida na comunidade de Itacaré e no contexto geral da atividade turística, sobretudo no que diz respeito à comunicação turística. Para tanto, cabe-nos esclarecer aqui, qual o entendimento que se tem do turismo, que se configura como:

Um fenômeno social, que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura e saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.” (MOESCH, 2002, p.12).

Dito isto, agora cabe entender a idéia do que seja, o espaço turístico da Casa do Boneco, localizado na cidade de Itacaré. Para tanto se utiliza o conceito de espaço urbano que segundo Milton Santos (1998), com algumas exceções atípicas, o espaço urbano é ocupado de formas diferentes, em função das classes sociais pelas quais é dividida a sociedade.

Mas adiante, ele esclarece que a repartição espacial das classes sociais é um fato que se verifica no espaço total do país e em cada região, mas é, sobretudo, um fenômeno urbano. Para Castrogiovanni, em *Existe o Espaço Turístico?*: “O Espaço Turístico parece ser, antes de tudo, uma Imagem.” (p.3). Sendo esse espaço destinado à finalidade turística cabe-nos considerar que, a imagem não está relacionada apenas com as ações de comunicação desenvolvidas por eles, pois, cada vez mais aumentam as exigências em relação à qualidade dos referidos destinos.

Após constatar a formação do espaço turístico da Casa do Boneco, cabe, no entanto, analisar as articulações que envolvem o local, o nacional e o transnacional, já sinalizados por Canclini (2003), como pré-requisitos na elaboração de culturas híbridas. Assim como, falar em hibridismo corresponde antes de tudo considerar, o imbricamento de diversas classes e



nações, segundo Tânia Fischer (1993), os projetos mais recentes que estudam o local têm como foco, as articulações e a configuração de redes sociais. Sendo a localidade, menos um espaço físico e mais um conjunto de redes estruturadas em torno de interesses identificáveis.

A análise de redes sociais permite desvendar os novos modelos de associacionismo urbano. Consórcios e parcerias conformam alianças entre governo, empresariado, clientes de serviços públicos e urbanos. O local é cenário complexo, onde convivem lógicas diferenciadas, culturas organizacionais polimorfos; solidariedade; disputas e conflitos.” (FISCHER, 1993, p.01).

O objeto de estudo aqui presente, se configura como uma rede social, no sentido de que sendo uma organização tradicional no município de Itacaré convive com novas organizações que vão surgindo e os seus elementos constituintes são produtos de uma cultura ampla, cuja continuidade é mantida, embora sempre agitada por inovações. Portanto, o local é abordado como um campo inesgotável de descoberta porque está em movimento e transformação.

Neste contexto de poder local atribuído às atividades de cultura popular produzidas na Casa do Boneco, Canclini (1999) aponta que a cultura popular não pode definir-se por suas características internas ou apenas um repertório de conteúdos tradicionais, pré-massivos e sim através da posição que constrói frente ao hegemônico. Nesse sentido, torna-se conveniente o pensamento de Barbero (2003), em *Cultura, Hegemonia e Cotidianidade* ao afirmar que, “O caminho que levou as ciências sociais críticas a interessarem-se pela cultura e particularmente pela cultura popular, passa em boa parte por Gramsci”. (p.116).

O conceito de hegemonia elaborado por Gramsci estabelece alguns parâmetros para que seja possível analisar de que forma as expressões da cultura popular vivenciadas em todo o contexto da Casa do Boneco e todos os outros poderes sociais existentes no município se relacionam. Para Minamisako, em *A Questão da Hegemonia em Gramsci*, ele expõe que o autor concebe a relação entre estrutura e superestrutura como uma relação complexa e dialética, ao invés de simples e direta como seria o caso do mecanicismo. “É exatamente por isso que ele dá tanta ênfase ao papel que as classes subordinadas podem desempenhar na história” (MINAMISAKO, 1995, p.66).

Para tanto, Barbero concorda ao sintetizar a questão;

Gramsci liga cultura popular a subalternidade, mas não de modo simples. Pois o significado dessa inserção diz que essa cultura é inorgânica, fragmentária, degradada, mas também que esta cultura tem uma particular tenacidade, uma espontânea capacidade de aderir às condições materiais de



vida e suas mudanças, tendo às vezes um valor político progressista de transformação.(BARBERO, 2003, p.117).

E, sem dúvida, esse desejo de transformação é observado nas atividades desenvolvidas na Associação Casa do Boneco, e aparece de forma explícita na estrutura dos espetáculos produzidos, apresentados e divulgados. No que se refere à situação de grandes dificuldades de gestão e, principalmente, financeiras que acomete o objeto de estudo em questão, a Casa do Boneco, cabem algumas sugestões propositivas que se encontram ao final da pesquisa. Em geral quanto ao aspecto da comunicação turística segue-se a idéia de Barbero (2003), para quem o desenvolvimento da comunicação é favorecido pela não-contemporaneidade entre tecnologias e usos.

Dessa maneira, mesmo nos países pobres a tecnologia da informação favorece a sua inserção como promotor de produtos turísticos, especialmente no âmbito daquela que se pode considerar a mais utilizada e eficiente ferramenta de *marketing*, que é a publicidade.

### **Cultura Popular, Poder Local e Hegemonia na figura de Jorge Rasta**

Em entrevista para este trabalho, o presidente da Associação de Educação, Arte e Cultura Popular Casa do Boneco em Itacaré/ Ba, Antônio Jorge de Jesus, mais conhecido como Jorge Rasta descreveu o trabalho que desenvolve na Casa do Boneco em Itacaré. Estabeleceu como premissa para a sua atuação frente à Associação, o entendimento de que eles não fazem folclore e sim cultura popular, pelo fato de conhecerem as origens de cada expressão cultural presente em seus espetáculos, “... algumas músicas e danças são folclóricas, mas no aprendizado, mostramos a ancestralidade.” (Depoimento do entrevistado). Para Canclini;

O que habitualmente se denomina “cultura popular” nesses países multiétnicos estaria mais próximo, no vocabulário gramsciano, do conceito de folclore. O problema é que esses universos de práticas e símbolos antigos estariam perecendo ou debilitando-se devido ao avanço da modernidade. (CANCLINI, 2001, p.253).

Nesse sentido é que a Casa do Boneco, realizando “cultura popular” ou “folclore”, vem se destacando no cenário turístico de Itacaré, composto por grandes avanços modernos. Por meio de suas práticas tradicionais nas manifestações, também são introduzidos elementos contemporâneos. A Associação constitui, na trajetória de vida do seu presidente, Jorge Rasta, a consolidação de um projeto pessoal que perpassa o universo da cultura popular ou do



folclore no sentido de que trata Canclini; “O folclore mantém certa coesão e resistência em comunidades indígenas e rurais, em “espaços urbanos de marginalidade extrema”, mas mesmo ali cresce a reivindicação de educação formal.” (p.253).

Para tanto, é curioso notar o quanto a trajetória de engajamento e reivindicações de Jorge Rasta foi decisiva na materialização desse projeto de resgate, produção cultural e inclusão, que ele realiza há alguns. Merece evidência, a sua formação pessoal e profissional pela participação na Associação Livre de Moradores da Mangueira de Maçaranduba, no bairro de Alagados em Salvador/ Ba, para onde seus pais migraram na década de 1950.

Nascido em 1966, tendo sua mãe de origem portuguesa e o pai negro, Jorge tem 26 irmãos, sendo todos, inclusive ele, “frutos” da Associação em Salvador, dessa forma, todos eles foram inseridos no mundo da arte e da cultura. A esse fato, ele atribui o caminho seguido por 19 deles, 11 são artistas profissionais, desenvolvendo atividades diversas e 8 são músicos e bailarinos, alguns desenvolvem carreira em companhias internacionais, com os quais possui contato freqüentemente, inclusive devido a algumas atividades em forma de intercâmbio que acontece na Casa do Boneco.

O presidente da Casa do Boneco atribui a sua iniciativa em Itacaré/ Ba, entre outros fatores, ao fato de ter participado desde criança da Associação de Alagados, Salvador/ Ba, onde, segundo ele, foi formado para ser um multiplicador. No CECUP (Centro de Educação de Cultura Popular), participou de oficinas de gestão, associativismo. Nesse sentido, se orgulha em ter sido, quando adolescente, um dos primeiros monitores do Projeto Axé, em Salvador/ Ba, descrevendo que com ele, mais doze monitores saíam às ruas da capital para desenvolver trabalhos com jovens e tentar recuperá-los das drogas.

Já, nesse momento, nota-se que Jorge Rasta se insere em um campo amplamente discutido hoje, devido à sua importância, a questão do poder local. Este tema será abordado aqui sob a ótica de redes sociais e do conjunto de ações que são para Villasante (1993), forma de ver como se articulam os movimentos associativos – reivindicativos de viinhos, comunitárias e como se concretizam, na particularidade de cada bairro, aquelas coisas que são verdades gerais e abstratas para a cidade. Segundo Tânia Fischer, em *Poderes Locais e outras escalas de poder*;

A análise dos poderes locais remete, então, como vimos anteriormente, às relações de forças por meio das quais se estabelecem alianças e conflitos entre os atores sociais, bem como à formação de identidades e práticas de gestão específicas na construção utópica do desenvolvimento, alvo e processo de ação social e de gestão do desenvolvimento social, uma das





formas contemporâneas do poder e da gestão. (Fischer apud FISCHER, 1997, P.17).

Porém, antes de se estabelecer, em Itacaré, há 19 anos, como um dos integrantes da rede de atores sociais, que atuam no município, é, no início de sua fase adulta, em 1985, que Jorge Rasta ingressa na carreira militar, fez-se sargento do Exército integrando ao 19º Batalhão de Infantaria de Selva (Batalhão de Caçadores). Período bastante conflitante de sua vida, pois se afasta de toda uma trajetória com envolvimento em atividades sociais e artísticas, além de não conseguir se adequar aos padrões militares enfrentando embates com superiores. No entanto, depois de um ano e meio, em 1986, ele retoma as atividades sócio-culturais. É curioso notar como esse percurso feito por Jorge Rasta se assemelha à visão de Villasante (1993), ao afirmar que por sorte, tem-se vivido alguns movimentos com origem na pobreza, na marginalidade, que têm conseguido criar uma dignidade de bairro, uma dignidade do movimento cidadão, ele completa:

E na medida em que se têm gerado esses cidadãos, geram-se também cidades, criam-se brotos emancipadores. Um paradigma seria aquele da cidade de Salvador, iniciativas populares que parecem prometer que o futuro do poder local estar por aí, não? (VILLASANTE, 1993, P.47)

Em se tratando de Jorge Rasta, pode-se afirmar que sim, ao traçar sua trajetória em Itacaré e constituir-se hoje com um poder local. Por motivos pessoais, resolve sair de Salvador e morar em Itacaré no verão de 1987, apesar de toda a experiência em Associações, buscou caminhos alternativos para desenvolver as atividades com a comunidade. Sem contar com o apoio de nenhum órgão de fomento, a primeira atividade desenvolvida sob a sua coordenação no ano de 1988 em Itacaré é o grupo de capoeira e danças folclóricas do município. Nesse período, trabalhou com a educação infantil, a convite do prefeito que, na época, possuía dificuldades para encontrar professores, devido ao difícil acesso dos moradores da cidade à escola. Ali, começou a desenvolver o teatro de bonecos, que segundo ele, era de cunho político e didático.

É, dessa forma, que Jorge Rasta afirma que, “projetos não são nada sem prática”. Com 20 anos de existência em 2007, ele trabalhou 16 anos, desenvolvendo as atividades artísticas, oficinas e espetáculos sem nunca ter formatado um projeto e só após oito anos de atividades reconheceu juridicamente a Associação.

Importante ressaltar que durante todo esse tempo, a Casa do Boneco recebeu de forma pontual dois incentivos de ordem internacional. O primeiro apoio surgiu entre os anos de





ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007

1998 e 1999 da *Woman Net Work*, com o contato do alemão Michael que esteve em Itacaré, colaborando no primeiro ano com 1.200 reais por mês e no segundo ano de apoio com 600 reais por mês. O segundo apoio aconteceu no ano de 2000, pela ajuda da Ong Médico Internacional que, nesse ano, doou 60.000 reais, verba responsável pela reforma do palco e construção do telhado para o mesmo.

Durante todo esse período, a prefeitura municipal de Itacaré, não participou com nenhum apoio, exceto conviver com a situação de ocupação do espaço público, que é uma invasão, o que, sem dúvida, representa amarras no sentido de maior movimento às reivindicações. Aspecto que tem intimidado não só o presidente da Associação, mas, principalmente, os pais dos jovens envolvidos e que trabalham nas instalações municipais. Atualmente, devido à projeção que vem ganhando Itacaré, como destino turístico, o Ministério da Cultura está em fase de negociação sobre prováveis apoios, principalmente, no que tange a infra-estrutura do espaço e cursos profissionalizantes para os jovens da Associação.

No que corresponde à hegemonia, no sentido gramsciano descrito anteriormente, tem-se a Casa do Boneco como espaço de grupos subalternos, com a vocação para o poder, diante da sociedade civil, na instância política e ideológica. O presidente da Associação, Jorge Rasta afirma que, “Todo o espetáculo tem cunho político, temas como associativismo, engano das grandes mídias”, correspondem à uma hora de fala aproximadamente durante o show, com duração de duas horas. Segundo ele, o discurso se utiliza do estilo da narrativa histórica, formato que tem tido boa aceitação.

A coordenação de Jorge Rasta, que conta com o apoio de sua esposa Juceli, tesoureira da Associação evoca propósitos bem demarcados de atuação. Ele, antes de tudo, afirma não acreditar na conscientização, nem na capacitação, mas no exemplo. Em determinado momento enfatiza, o papel de pai e amigo que ele exerce, podendo ser respectivamente, exemplificado, ao receber primeiro que à família dos jovens, o boletim escolar, em acordo com as escolas, e o desprendimento de todos quanto ao tratamento informal estabelecido.

É nesse contexto de diálogo e descontração que ocorrem também as punições para quem “sai da linha”, sejam elas, na diminuição do cachê ou mesmo na proibição em participar do espetáculo. Esses aspectos são valorizados pelos integrantes da Associação. Dessa forma, ele expõe outros posicionamentos relevantes para que se possam entender os seus principais objetivos e o viés ideológico presente no projeto.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

No que corresponde à religião, expressa uma posição ecumênica, apesar de ter uma relação estreita com o candomblé. Jorge Rasta admite que se enquadra na “tribo dos Rastafaris do Brasil”, mas alerta que, sem fundamentalismo, pois em relação ao Brasil concebe a cultura no país como uma tríade afro-indígena-lusitana. Engajado na luta pelo reconhecimento da cultura afro-descendente, tem trabalhado no sentido de mostrar os problemas que houve.

Em consonância com uma posição hegemônica ele diz; “Não quero levantar nenhuma bandeira, mas a igualdade étnica ainda não paira na nossa sociedade, mesmo que no espetáculo evidenciamos a riqueza e a beleza da cultura negra”. (Depoimento do entrevistado). Essa declaração expressa a categoria hegemônica que, para Gramsci, é, portanto;

a categoria que interpreta plenamente seus interesses e ao mesmo tempo é capaz de incorporar, de articular os interesses das outras categorias, isto porque tem consciência crítica da missão de outra parte, fazendo avançar o conjunto da sociedade.(MINAMISAKO, 1995, p.62).

Nesse sentido, ainda segundo Minamisako (1995), a figura de Jorge Rasta no nosso entender, desempenha o papel do intelectual que procede a mediação entre a infra-estrutura e a super-estrutura. Esse, portanto possui “a função de “organizar” a cultura, possibilitando que as massas adquiram sua vontade coletiva e concretizem seu projeto histórico.” (p.64).

O projeto de reconhecimento, que permeia as expressões da cultura popular, desenvolvidas na Casa do Boneco, e idealizadas por Jorge Rasta e pelos jovens que o acompanham, vem ganhando cada vez mais forma e espaço dentro da comunidade de Itacaré. Em 2005, as comemorações à Consciência Negra ocuparam uma programação de dois meses nos espaços públicos da cidade, o que o presidente da Associação considera um grande avanço. Nessa linha outros projetos vão sendo elaborados no sentido de ganhar mais credibilidade e notoriedade perante a população local e os visitantes. Com isso, as posições ideológicas que permeiam os objetivos da “Associação”, na figura de Jorge Rasta, vão constituindo força e representatividade no âmbito de seu poder local.

**Espaço Turístico Casa do Boneco: O Lugar da Interculturalidade para a comunidade de Itacaré**



Situado na subida para a praia da Concha em Itacaré/ Ba, a Associação inicia suas atividades em 04 de outubro de 1987, hoje conta com 62 alunos de música e 35 bailarinos, que se apresentam às quartas-feiras e sábados, sendo que, em geral, na quarta-feira recebe, principalmente, o público da operadora de turismo NV, com quem possui um contrato de parceria. O espaço da Casa do Boneco é até hoje considerado legalmente uma invasão, pois suas instalações se alojaram em um espaço público, para onde a prefeitura destinava o lixão do município.

Segundo Coriolano (2003), espaço é a principal categoria da análise geográfica e nela está contida uma série de outras categorias e conceitos de apoio tais como: território, lugar, região e paisagem, dentre outras. Sem adentrar no mérito da referidas categorias, utiliza-se a priori a noção de “espaço urbano”, elaborada por Milton Santos (1998), para quem este espaço se divide e se difere em geral por classes sociais.

No entanto, mesmo que essa divisão espacial ocorra e neste estudo pode ser observada quanto, à origem do local de funcionamento da Associação - espaço mais afastado do centro da cidade - e pela maior parcela de jovens à que atende. Segundo Jorge, eles não são carentes, mas pertencem às classes de baixa renda. Porém, estas características não constituem causa determinante diante da projeção que uma associação pode adquirir perante os diversos atores sociais de determinada comunidade.

A partir daí tentar entender como ocorre a relação entre os diferentes grupos que utilizam o espaço da Casa do Boneco, desde grupos religiosos, Ongs ambientais e educacionais, associações de bairros entre outros. A relação desses grupos com a Associação Casa do Boneco e, por fim, desta com os turistas, que recebe, demonstra o quanto o espaço turístico abordado neste trabalho está inserido em um âmbito intercultural já definido segundo Canclini (2005).

Essa relação intercultural que contempla a participação, a interação, o diálogo e, até mesmo, o conflito entre grupos de diferentes classes, religiões, estilos, gostos, ideologias se aplica à proposta do Espaço da Casa do Boneco. Revela o presidente da Associação que sempre é convidado a participar de todos os Conselhos Municipais e que, no espaço da Casa, jovens dos mais diversos esteios sociais se interagem, mesmo que o número maior corresponda a adolescentes de baixa renda. Nesse espaço, os conflitos também ocorrem, por conta da resistência de alguns grupos de religião protestante que se incomodam com a ênfase dada nos *shows* da Casa, à mitologia dos Orixás, deuses africanos nos *shows*. Sendo assim;



“Para entender cada grupo, deve-se descrever como se apropria dos produtos materiais e simbólicos alheios e os reinterpreta: as fusões musicais ou futebolísticas, os programas televisivos que circulam por estilos culturais heterogêneos, os arranjos natalinos e os móveis *early american* fabricados no Sudeste asiático. Naturalmente, não só as misturas: também as barreiras em que se entricheiram, a perseguição ocidental a indígenas ou mulçumanos. Não só os intentos de conjurar as diferenças, mas também os dilaceramentos que nos habitam.” (CANCLINI, 2005, p.25).

Nesse contexto de relações, o espaço da Casa do Boneco, promove encontros interculturais que ultrapassa os próprios limites do território de Itacaré, quando muitos trabalhos são desenvolvidos em parceria com outras associações locais e também da região Sul do Estado. Não obstante, ocorrem parcerias com os meios de hospedagem do município.

### **Atividades para o Turismo e as Perspectivas da Comunicação na Casa do Boneco**

As ações desenvolvidas em prol de um reconhecimento e apreciação no âmbito turístico marcam grandes avanços no que corresponde a elaboração dos *shows*, a periodicidade dos ensaios e sem dúvida, os contatos de ordem locais, nacionais e de forma significativa, os internacionais, que neste percurso vão sendo estabelecidos.

Quanto aos espetáculos que montam, observa-se que, no decorrer das apresentações, ocorre um desenvolvimento nos textos e coreografias ensaiadas. Segundo Jorge Rasta, s participantes interferem nas *performances*, no sentido de que eles opinam e reinventam os passos e ritmos durante os ensaios. Essas contribuições representam o interesse e a dedicação dos jovens em sua profissionalização no âmbito da produção cultural.

A qualidade do trabalho que desenvolvem para os espetáculos já vem sendo valorizada e reconhecida, mesmo que seja, especialmente, pelo público estrangeiro. Nos meses de junho e julho, de 2005, um grupo de 17 participantes da Casa do Boneco viajou para a França, custeado pelas galerias francesas e a Ong Yonic ( Ong de Itacaré), e realizaram uma turnê que lhes rendeu treze *shows*, além dos previstos. Apresentaram-se em hospitais, abrigos, hotéis e vários espaços de *shows* e eventos, entre eles, no teatro profissional de La Catuchéry. Aproveitando a ocasião, o grupo levou daqui do Brasil, material necessário para prepararem feijoada e caipiroska a serem vendidos, respectivamente, no país estrangeiro.

Na perspectiva de promover as atividades turísticas, a Casa do Boneco trabalha com a formação de monitores ou multiplicadores, que se constitui como uma ação efetiva que concede a alguns jovens, autonomia suficiente para coordenar os espetáculos sem a presença



do presidente Jorge Rasta. Outra ação corresponde às oficinas e Workshops que têm como público alvo, os turistas, que procuram aulas e dança afro - primitiva, e contemporânea, além das aulas de percussão afro-indígena e canto ioruba. Essas atividades ocorrem, anualmente, no verão. Para outras épocas do ano, ainda não existe um calendário formado das oficinas, mesmo que possam ocorrer em alguma data aleatória durante o ano. De acordo com Jorge Rasta “faltam braços”, pois, só trabalha na organização nessas atividades é ele e sua esposa Juceli, tesoureira da Associação.

Em fevereiro de 2005, a Associação organizou, no improviso, um bloco de carnaval, tendo os abadás sido feitos com uma reserva de panos estampados e destinados a pessoas da comunidade e jovens da Associação. Eles totalizaram um grupo de 125 pessoas. Há planos de que este bloco saia todos os anos, até mesmo com a venda de abadás. Essas ações podem ajudar a impulsionar, economicamente, o desenvolvimento das atividades e a divulgar mais a Associação.

No que tange à comunicação, em um sentido mais amplo, reconhece-se que ela é inerente a qualquer atividade humana. No presente estudo, ela apresenta-se de duas formas, a primeira, no próprio espetáculo, no qual a música, o teatro, a capoeira, a dança são instrumentos de comunicação ou de inter-relação entre os artistas e o público, neste caso os turistas. A segunda forma seria por meio das estratégias de marketing para atrair o turista. Esta última, apesar de ser reconhecida de grande importância, vem sendo realizada de forma ainda “tímida”. Tem-se no próprio espaço de espetáculo da Casa de Boneco uma loja que comercializa artesanato, calendários, bonés, camisas, chaveiros. Apenas, há pouco o site ao ar, no entanto não apresenta recursos de interação entre o público e a Associação. Cartazes e folders praticamente inexistem, tanto que, para o presidente da Associação: “O câncer da Casa do boneco hoje é a comunicação, mídia ou divulgação mesmo.” (depoimento Jorge Rasta). Nesse sentido, Moesch (2002) evoca a comunicação no âmbito turístico em seu sentido amplo comprovando, a importância desse fenômeno;

Ao participar no sentido místico do termo comunicação, deste ou daquele evento, cada um se integra em um conjunto que lhe permite, ao mesmo tempo, viver e entrar em correspondência com os outros. Trata-se de uma ordem comunicacional, simbólica em seu sentido mais forte, uma ordem que, depois dos parênteses da modernidade, fundada no princípio da individualidade, reencontra o *principium relatiouis* das sociedades tradicionais ou primitivas.(MOESH, 2002, p.45).



Dessa forma, Moesh evidencia que os mais diversos imaginários, dos turistas ou autóctones vão integrar a vida social e então, a *atividade comunicacional* irá prevalecer para compreender a idéia de estar junto. Seguindo essa compreensão, tenta-se verificar de que forma as novas tecnologias de comunicação podem proporcionar melhor circulação da informação e divulgação dos produtos turísticos disponíveis na Associação Casa do Boneco.

Para Barbero (2003), mesmo em países ricos ou desiguais, como é o caso do Brasil, e acrescentando-se aí a região Nordeste, que vive um desenvolvimento tardio, é possível apropriar-se das tecnologias de comunicação para interagir e integrar-se com várias partes do mundo. A necessidade de apropriação dessas tecnologias da comunicação pela Casa do Boneco corresponde integrá-la a elementos que estruturam hoje a realidade social, além da constituição de poderes locais.

### **Considerações Finais**

Os rumos desta pesquisa foram sendo “costurados” em torno de três questões primordiais, a cultura, o turismo e a comunicação inseridos na Associação de Educação, Arte e Cultura Popular da Casa do Boneco em Itacaré/Ba. Esses temas essencialmente interdisciplinares proporcionarão à pesquisa uma abordagem científica complexa, por congregarem discussões de grande relevância como cultura popular e folclore, hegemonia, poder local, publicidade turística. No entanto, mostrou-se muito conexa e próxima em termos de aplicabilidade para cada aspecto destacado dentro do estudo proposto. A grande quantidade de Ongs no Brasil, e, especialmente, a presença dessa modalidade do terceiro setor, no cenário turístico de Itacaré, foi o fio condutor de toda a discussão, por gerar muitos questionamentos quanto à importância de suas existências e ao devido cumprimento de seus papéis. Portanto, a Associação Casa do Boneco com todas as suas dificuldades, destaca-se por desenvolver um trabalho sério e especialmente reconhecido pela comunidade do município.

Acredita-se que, diante das possíveis constatações e análises apresentadas, cabe agora algumas proposições sobre as principais questões levantadas nesse estudo. A primeira, não poderia deixar de ser a formatação de um calendário das atividades e principais eventos realizados pela Associação, em seguida, montar um grupo voltado para questões de *marketing* e mídia que possam “alimentar” o site, criar os cartazes, folderes e todos o material gráfico. Esse grupo pode ser formado por meio de uma seleção simples, a fim de identificar nos jovens

que participam da Associação, ou mesmo em outros jovens do município, afinidade com a área.

No primeiro momento, o grupo recrutado deve passar por um curso de formação para que sejam definidas as estratégias de *marketing* mais adequadas para a Casa do Boneco, assim como, sua missão, seus objetivos, suas ações e suas metas em determinado período. Isso nada mais representa que um planejamento a longo prazo da Associação em que será possível trabalhar com maior tranquilidade e com resultados mais significativos. Essa equipe pode ser orientada para atentar quanto aos editais dos órgãos públicos e privados de fomento cultural. O fato de a associação buscar certa autonomia em relação ao poder público municipal, devido a algumas ressalvas, nada impede que ocorram negociações em determinados momentos quando ambos os poderes não estão ameaçados.

## Referências

- CANCLINI, Nestor García. **Consumidores e Cidadãos**; conflitos multiculturais da Globalização. Rio de Janeiro, RJ: Editora UFRJ, 5ª ed, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Culturas Híbridas**. Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 2003. p.385.
- CORIOLOANO, Luzia Neide . **Turismo de Inclusão**. Fortaleza, FUNECE, 2003.
- FISCHER, Tânia. **Poder Local- Governo e Cidadania**. Rio de Janeiro. Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1993.
- \_\_\_\_\_. **Poderes locais, interorganizações e instituições**. In: VII Colóquio Internacional sobre Poder local, UFBA/EA/NEPOL. *Anais... Cd Rom*, 1997.
- SANTOS, Milton. **O Espaço do Cidadão**. 4 ed. São Paulo: Nobel, 1998. 142 p. ( Coleção espaços).
- MINAMISAKO, Maria Célia Comparotto. **A Questão da Hegemonia em Gramsci**. São Paulo: Cabral Editora, 1995. 74 p. (Coleção Temas Universitários).
- MOESCH, Marutschka. **A Produção do Saber Turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.
- BARBERO, Jesús Martín-Barbero. **Dos Meios às Mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia.. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003. 369 p.
- LOPES, M. Immacolata U. **Pesquisa em Comunicação**. Ed Loyola. 7ª edição. São Paulo, 1990.