

Mídia e cultura popular: as bordadeiras de entremontes**Media in popular culture: the embroiderers of entremontes**

DOI:10.34117/bjdv6n6-441

Recebimento dos originais:08/05/2020

Aceitação para publicação:19/06/2020

Ana Paula Moreno

Doutoranda em Educação, Arte e História da Cultura

Instituição: Universidade Presbiteriana Mackenzie

Endereço: Alameda Casa Branca, 714 ap 91 – Jardins – São Paulo – SP, Brasil

E-mail: anapaula@apmstrategy.com

Antonio Adami

Doutor em Semiótica pela Universidade de São Paulo

Professor titular da Universidade Paulista

Endereço: Rua Doutor Bacelar, 1212 – Vila Clementino – São Paulo – SP, Brasil

E-mail: antonioadami@uol.com.br

RESUMO

Este artigo busca analisar como a mídia pode contribuir na preservação de patrimônios imateriais da cultura popular. A pesquisa foi embasada no projeto “Fusões e Inserções”, conduzida na comunidade de bordadeiras de Entremontes (Alagoas), a qual preserva sua cultura por meio do bordado “redendê”. Este bordado é secular, técnica desenvolvida pelas bordadeiras da comunidade, o que levou em 2014, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), o Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI) e os designers Fernando e Humberto Campana a realizarem projetos com as bordadeiras. Os irmãos Campana, referências em design, vivenciaram as técnicas das bordadeiras e criaram produtos de interesse midiático e de consumo, o que nos leva a analisar e avaliar como a mídia pode impactar na preservação desta cultura.

Palavras-chave: bordadeiras de entremontes, cultura popular, patrimônio imaterial, mídia.

ABSTRACT

This article seeks to analyze how the media can contribute to the preservation of immaterial heritage of popular culture. The research was based on the “Fusões e Inserções” project, conducted in the community of embroiderers in Entremontes (Alagoas), which preserves its culture through “redendê” embroidery. This embroidery is secular, a technique developed by community embroiderers, which in 2014 led the Brazilian Micro and Small Business Support Service (Sebrae), the Institute for Research in Technology and Innovation (IPTI) and designers Fernando and Humberto Campana to carry out projects with the embroiderers. The Campana brothers, references in design, experienced the techniques of embroiderers and created products of media and consumer interest, which leads us to analyze and evaluate how the media can impact on the preservation of this culture.

Keywords: entremontes embroiderers, popular culture, intangible heritage, media.

1 INTRODUÇÃO

Esse artigo tem por objetivo analisar como a mídia pode contribuir para preservar o patrimônio cultural imaterial. Nossa preocupação está em trazer para o diálogo a importância de conscientizar a sociedade na preservação do patrimônio imaterial da cultura popular, em um mundo que, por ser global, facilita a difusão de informação, mas também pulveriza e homogeneiza a cultura (BURKE, 2000).

Pretendemos analisar a trajetória da comunidade quanto à preservação da técnica artesanal “redendê”, antes e depois do projeto “Fusões e Inserções”, descrito abaixo. Pretendemos ainda descrever como a técnica de bordado é preservada ao longo de gerações na comunidade e identificar como esta enxerga a interferência em sua cultura, com a possibilidade de inovação de sua técnica centenária e a divulgação dessa técnica na mídia nacional e internacional gerada pelo projeto citado.

Considerando o conteúdo teórico de Morin, Lipovetsky, Serroy e Burke, sobre os campos da memória, cultura e globalização, o que se propõe neste artigo é uma nova leitura da cultura imaterial, popular, quando se agrega a esta o impulso do design e da inovação, criando maior interesse midiático e ao mesmo tempo maior preocupação com a preservação cultural. Entretanto, quando isso ocorre, como se dá este processo e quais as consequências dessa intervenção? Eis aqui o problema central da pesquisa que nos instiga entender.

A pesquisa é embasada no projeto “Fusões e Inserções”, conduzido na comunidade de bordadeiras de Entremontes (Alagoas), a qual preserva sua cultura a séculos por meio do bordado “redendê”. Em 2014, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) contratou o Instituto de Pesquisas em Tecnologia e Inovação (IPTI) para propor uma metodologia de reposicionamento mercadológico do artesanato brasileiro e estes então convidaram os designers Fernando e Humberto Campana para agregar valor ao bordado.

A pesquisa, portanto, analisa todo esse processo, questionando até que ponto esta interferência influencia originalidade de uma técnica de artesanato, no caso, um patrimônio da cultura brasileira. A escolha desta comunidade se deu em virtude da percepção de que essas mulheres preservam a técnica de redendê sem sofrer alteração ou interferências, utilizando uma técnica pura e única, distante da influência do mercado, do consumo massivo e da globalização.

Do ponto de vista da metodologia utilizada nesta pesquisa, considerando a natureza e o objeto desta, trabalhamos com a pesquisa qualitativa e descritiva, segundo os critérios de Halbwachs (2003) sobre a História Oral, e a estratégia metodológica baseada em Yin (2015),

devido principalmente ao nosso intuito de entender um fenômeno social no mundo real e por investigar de forma empírica o projeto em seu contexto no mundo real.

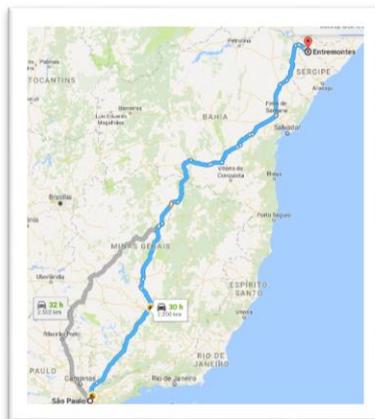
A coleta de dados foi realizada por meio de observação, entrevistas, documentos e fontes primárias e secundárias. Em viagem a comunidade de Entremontes, foram construídos os dados primários a partir da produção de textos, diários de viagem, fotografias e vídeos com o intuito de entender e contextualizar hoje a comunidade das bordadeiras e como vivem. Para esta vivência e conseguir realizar a pesquisa ressaltamos a importância da Metodologia da História Oral, principalmente com relação à nossa aproximação e a confiança mútua gerada, fruto da convivência.

Como fonte secundária utilizamos os relatórios de indicadores de avaliação do IPTI, os quais servem tanto para descrever a situação atual da associação das bordadeiras como para construir a base sobre a qual serão avaliados os impactos que a comunidade poderá e deverá sofrer, a partir do projeto “Fusões e Inserções”. Assim, os relatórios do IPTI nos proporcionaram um entendimento mais aprofundado da comunidade, pois tratam do perfil sócio demográfico, ocupação e sustento, grupos e redes, ambiente organizacional, confiança e solidariedade, ação coletiva e cooperação, informação e comunicação, coesão e inclusão social, autoridade e ação política, honestidade, criatividade e lazer.

As entrevistas, semiestruturadas, foram individuais com quatro bordadeiras líderes da associação e uma outra bordadeira que fundou a mesma, mas se distanciou e hoje possui sua loja de bordado. A escolha dessas mulheres teve como critério seu papel de liderança na comunidade. As entrevistas tinham o objetivo de entender como as bordadeiras avaliaram a intervenção dos designers na maneira centenária que elas vêm bordando. Tudo foi gravado e transcrito integralmente.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROJETO “FUSÕES E INSERÇÕES” E AS BORDADEIRAS DE ENTREMONTES

O projeto “Fusões e Inserções” ocorreu no povoado de Entremontes (AL), que fica a beira do rio São Francisco, com 600 habitantes, a 400 km de Aracajú e 2.350 km de São Paulo, o maior centro comercial industrial e financeiro do país, no meio do sertão nordestino (mapa abaixo).



Fonte: Google Maps website, 11 de junho de 2017.

Muitas histórias permeiam este povoado, mas o fato de ser tombado como patrimônio histórico se deu porque D. Pedro II lá pernoitou e por ter sido roteiro do Cangaço, onde Lampião faleceu. A fonte de renda do povoado é o artesanato, exclusivamente bordado, as opções de trabalho local são muito limitadas, tendo empregos apenas nos postos da prefeitura (escola, cartório, correio, postos de saúde e como gari), ou outras opções tais como pequenos negócios (7 lojas de bordado, 2 padarias, 2 restaurantes pequenos e 1 pousada). Todas as mulheres na cidade bordam e reportam que o motivo principal para bordarem é a falta de outras oportunidades de trabalho.

A cidade é muito pacata, como pode ser observado a seguir. As fotografias abaixo foram tiradas em 28 de dezembro de 2016, por volta das 13 horas, horário considerado de fluxo de habitantes, pois as bordadeiras saem da associação para dar almoço às suas famílias.





Fotos da vila de Entremontes: acervo pessoal de Ana Paula Moreno, Entremontes, AL, 2016.

A técnica de bordado “redendê” não requer maquinário específico, é artesanal, o que torna mais simples de ser repassada através de gerações: com linha, agulha, bastidores, as mulheres bordam somente sobre o linho, criando desenhos geométricos. Para que surjam os desenhos, é preciso a contagem paciente dos pontos a partir dos fios do tecido. Depois de bordado, o tecido de linho, preso em um bastidor, é então desconstruído com a ajuda de tesoura, que retira o centro do bordado e acrescenta o vazado ao “redendê”, como pode ser observado nas figuras 1 e 2 abaixo.



Figuras 1 e 2: fotos do processo do bordado e o bastidor, feitas pela Associação de Bordadeiras de Entremontes, acervo privado do Estúdio Campana.

A produção da associação é basicamente composta pelos “jogos americanos”¹, panos de bandeja, guardanapos, toalhas de mesa e de lavabo, passadeira, porta-copo, cestos de pão, capas de almofadas e saquinhos para presente. São produtos com técnica precisa de bordado, com uma estética própria, como pode-se observar nas figuras 3 e 4.

¹ É um conjunto de pequenas toalhas de mesa, usualmente fabricadas de tecido, plástico ou palha trançada, sobre as quais se colocam pratos, talheres, copos etc.

Pesquisa realizada no site https://pt.wikipedia.org/wiki/jogo_americano. Acesso em dezembro de 2016.



Figuras 3 e 4: foto dos produtos comercializados pela Associação de Bordadeiras de Entremontes, fotos de internet. Pesquisa realizada em janeiro de 2017.

A escolha dos designers brasileiros Fernando e Humberto Campana para participar do projeto “Fusões e Inserções” se deu por possuírem um papel de destaque no design contemporâneo mundial e terem recebido diversos prêmios internacionais ao longo de toda a carreira, entre eles, alguns dos mais importantes são: *Order of Arts and Letter*, Paris (França, 2013); Ordem do Mérito Cultural, Brasília (Brasil, 2012); *Honored at Beijing Design Week*, Beijing (China, 2012); *Comité Colbert Prize*, Paris (França, 2012).

A criação da união entre a rica técnica de bordado e a inovação dos irmãos Campana, resultou no design de luminárias com os rostos das bordadeiras bordados (figuras 5, 6, 7 e 8) e estas foram apresentadas na exposição “Retratos Iluminados”, no Centro Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB), no Rio de Janeiro, de 1 de junho a 1 de setembro de 2016, durante as Olimpíadas. Esta exposição teve grande repercussão de mídia internacional e os designers foram convidados para apresentá-la em Milão, em abril de 2017, durante o maior evento de design do mundo, o Salão do Móvel. Este processo levou as bordadeiras para o mundo.





Figuras 5, 6, 7 e 8: Fotos dos designers Fernando e Humberto Campana e da exposição “Retratos Iluminados” apresentada no CRAB em junho de 2016, acervo privado do Estúdio Campana.

3 BORDADEIRAS EM ENTREMONTES: O ENCONTRO COM O LOCAL

O primeiro dia com as bordadeiras foi muito informal, conversando sobre assuntos cotidianos, conhecendo suas famílias, para iniciar uma certa intimidade antes das entrevistas. As bordadeiras foram muito receptivas, curiosas e abertas a participar da pesquisa. Almoçamos e jantamos juntas, inclusive com suas famílias.

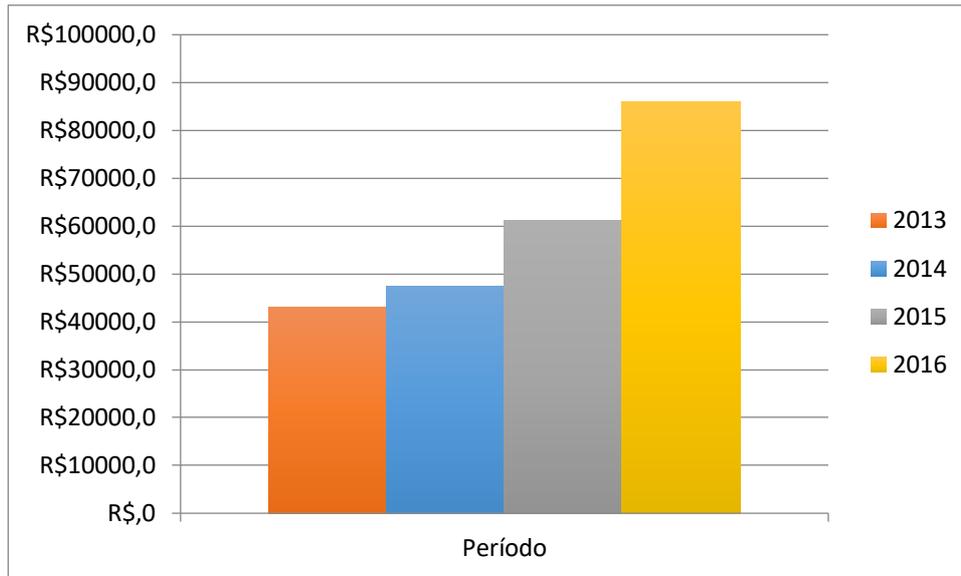
Durante as entrevistas com as bordadeiras mais antigas, todas relataram que viviam em situação de miséria: “antes, 6 meses fazendo uma colcha, quando minha mãe vendia, dava para comprar uma bolacha que ainda era dividida entre os irmãos”, conta D. Lourdes, bordadeira e hoje dona do restaurante e de uma loja de bordado. No passado, as bordadeiras vendiam suas peças individualmente, abordavam diretamente os turistas que passavam por Entremontes e não havia referência a qualidade do produto, nem de precificação. Hoje melhorou, mas ainda seu trabalho é praticamente para sobrevivência e ainda sem uma gestão de negócio efetiva.

As bordadeiras contaram que em 1999, o Artesanato Solidário (ARTESOL), uma organização sem fins lucrativos que beneficiam artesãos brasileiros que vivem em localidades de baixa renda e são detentores de saberes tradicionais, iniciou um trabalho de capacitação e orientação em Entremontes. Em 2000, o SEBRAE possibilitou cursos de empreendedorismo às bordadeiras e, em 2002, fundou-se a Associação Companhia dos Bordados.

No ano de 2016, a associação era formada por 43 artesãs, exclusivamente do sexo feminino. Segundo dados levantados pelo IPTI, 77,5% são casadas ou amasiadas e 25% são solteiras. Em termos étnicos, elas se declaram: de cor branca (40%), e outras misturas (60%), sendo negra ou mulata. O nível educacional é bastante baixo, com 54% das artesãs com Fundamental II incompleto e 26% com Ensino Médio incompleto. Em nível socioeconômico, 54% estão em classe de extrema pobreza e as demais ficam divididas nas subcategorias da classe média, sendo baixa classe média (23%), média classe média (19%) e alta classe média (3%). 74% das artesãs trabalham com artesanato há mais de 10 anos e 23% com experiência menor, entre 3 a 10 anos. A renda mensal gerada pelo bordado fica na faixa de R\$ 51,00 a R\$ 200,00 (44%) e abaixo de R\$ 50,00 (53%).

O resultado geral da pesquisa foi que todas as entrevistadas começaram a bordar ainda crianças e aprenderam observando suas mães. Quanto ao projeto “Fusões e Inserções”, as bordadeiras gostaram de realizar o projeto de inovação com os irmãos Campana mas, a princípio, não haviam percebido uma diferença financeira. Outra informação importante é que a maioria das bordadeiras têm medo de que o bordado acabe e são ativas em ensinar a técnica para novas gerações. Durante a entrevista, a sugestão das bordadeiras para preservar o bordado foi de dar cursos de bordado às crianças e jovens.

Com base na análise do histórico do faturamento da associação, embora não houvesse sido notado pelas bordadeiras, o resultado da associação vem melhorando gradativamente (quadro 1: Histórico de Faturamento) graças aos trabalhos de divulgação de seu bordado e com interações com marcas, mas principalmente através de participação em feiras de artesanato promovidas e patrocinadas pelo SEBRAE. Ao apresentar esse resultado às bordadeiras, elas se surpreenderam e se motivaram a estarem mais abertas à divulgação e intervenções de outros em seu trabalho.



Quadro 1: Histórico de faturamento da Associação.
Obs.: Não há recorde de vendas nos anos anteriores.

4 AS BORDADEIRAS, A CULTURA E A MÍDIA

No Brasil, ainda temos regiões que não foram contaminadas pela globalização, mas que, infelizmente, trata-se apenas de uma questão de tempo, para que elas sejam visitadas e entendidas como potencial de mercado e, sem dúvida, sua identidade cultural colocada em risco, pois no momento hipercapitalista que estamos, o valor monetário é mais valorizado do que o valor da memória, da identidade, da cultura (LIPOVETSKY; LEROY, 2008) e corremos grande risco de perder a mão de obra especializada, de técnicas artesanais milenares, aprendidas e repassadas ao longo de gerações, para diversas outras atividades que o mercado necessita, obviamente transformando o original em produto comum. Na verdade, as bordadeiras vivem um dilema, ou seja, tornar o seu trabalho reconhecido e valorizado, com uma atividade de renda promissora para essas artesãs, fortalecendo o interesse em continuar passando a técnica ao longo de gerações ou então transformar esta arte secular em produto comercial padrão.

Constatamos que os meios de comunicação têm papel fundamental em conscientizar e divulgar essas e outras manifestações culturais regionais, mas não percebemos que haja preocupação, por parte da imprensa, inclusive especializada, com relação à cultura, à memória e até estética, trata-se apenas de interesse comercial e midiático. Para a mídia, seja local ou nacional, a questão da memória e da cultura regional, não existe, trata-se de um produto.

A base teórica sobre o debate da preservação da cultura, considera as reflexões de Morin (2003) e Burke (2006), que se preocupam com a crescente globalização, que

consideramos estar em processo, dinâmica e perigosa, daí a consequente homogeneização cultural. Burke, por exemplo, questiona como se dará a sobrevivência dessas culturas independentes e, junto a ele, Lipovetsky e Serroy (2011) afirmam que quanto mais o mundo se globaliza, mais particularismos culturais são relevantes e necessários que sejam considerados, “A atração que o exótico exerce, pelo menos e, alguns casos, parece estar em uma combinação peculiar da semelhança e diferença, e não apenas na diferença” (BURKE, 2006, p. 30).

5 O DESIGN NO VALOR ECONÔMICO E CULTURAL E O PAPEL DA MÍDIA

Atualmente existem dois fenômenos antagônicos inseridos nas discussões teóricas sobre globalização e cultura local, ou seja, o “glocal” e a “creolização”. “Glocal” (ADAMI, 2015) é um termo cunhado a partir da percepção da complexidade relacionada aos processos e a construção das identidades, e “creolização” do consumo (GER; BELK, 1996), trata-se de um conceito que aparece ligado ao tema de globalização como algo adaptado para ser mais mercantil e pertencer ao global.

Segundo Llosa (2012), em nossa sociedade pós-modernista, a cultura passa a ser considerada produto de consumo, cuja sobrevivência depende de seu apelo comercial no mercado. E, no caso da comunidade de Entremontes, a técnica centenária de bordado não é valorizada no sentido comercial, por não fazer parte de um sistema com estratégias de mercado que geram constantemente o desejo de consumo, valores imprescindíveis para se competir no mercado, ou seja, as bordadeiras não conhecem o mundo das tendências, as revistas especializadas, os diferentes programas em diferentes suportes midiáticos, ou ainda, a máquina capitalista, mas ao mesmo tempo em que isso tudo funciona fora de Entremontes, percebemos que poucas vezes ou até nenhuma vez, se viu tamanha criatividade, beleza e importância cultural em função da pureza do que produzem.

Howkins (2001), afirma que estamos no momento econômico em que a inovação e a criatividade são os bens materiais mais relevantes nas atividades econômicas (produto ou serviço), definido pelo autor como *Economia Criativa*. Nesse momento, as ideias surgem a partir do indivíduo criador, que traz toda uma cadeia produtiva inovadora para criar um valor subjetivo maior às suas obras, e a mídia tem um papel chave nesse processo.

Quanto ao papel da mídia no projeto “Fusões e Inserções”, apresentamos as matérias publicadas, tanto na mídia impressa como na digital, no Brasil e na Itália, onde aconteceu a exposição, a fim de analisar a abordagem midiática ao projeto.

a) A cobertura da mídia no Brasil

Como resultado das publicações da mídia impressa, a mídia deu enfoque aos irmãos Campana e não à importância da preservação de um patrimônio imaterial regional brasileiro, do bordado “redendê”. Notamos que, mesmo que o *press release* do projeto deixe clara a intenção de conscientizar a preservação do patrimônio imaterial das bordadeiras de Entremontes, as matérias protagonizam a exposição dos designers. A maioria das chamadas das matérias foi: “Exposição Retratos Iluminados acontece no Centro Sebrae de Referência do Artesanato Brasileiro (CRAB) onde expõe trabalhos de 35 bordadeiras sergipanas e alagoanas feito a convite dos irmãos Campana”. Abaixo encontra-se uma tabela das matérias publicadas com sua abordagem de conteúdo.

Tabela 1 – Relatório dos veículos que publicaram o projeto “Fusões e Inserções” no Brasil.

Mídia	Veículo	Seção	Foco da matéria	Retrata a importância da preservação da cultura?
Jornal	O Estado SP	Casa, Personagem	Design dos irmãos Campana	Não
Revista	Bamboo	Agenda	Exposição Retratos Iluminados	Não
Revista	Casa Vogue	Antena News	Exposição Retratos Iluminados	Não
Jornal	O Globo	Exposições	Exposição Retratos Iluminados	Não
Jornal	Veja Rio	Exposições	Exposição Retratos Iluminados	Não

Fonte: Elaborado por Ana Paula Moreno.

Na Itália, a exposição “Retratos Iluminados” aconteceu em parceria com o estilista italiano Antonio Marras, na sua própria loja, um local de conceito em Milão, com espaço para exposições.

A mídia deu mais enfoque à parceria inusitada entre o estilista e os designers Fernando e Humberto do que ao projeto em si e à preservação do patrimônio imaterial, conforme registrado na tabela abaixo. Percebemos que a mídia italiana não compreendeu a importância

do projeto e um jornalista até chegou a descrever as bordadeiras como mulheres da favela de Alagoas.

Tabela 2 – Relatório dos veículos que publicaram o projeto “Fusões e Inserções” na Itália.

Mídia	Veículo	Seção	Foco da matéria	Retrata a importância da preservação da cultura?
Jornal	Corriere de la Sera	Design	Parceria com Antonio Marras	Não
Revista	Living	Design Week	Parceria com Antonio Marras	Não
Revista	Manintown	Design	Fernado e Humberto	Sim
Revista	Moodboarders	Contaminati on	Parceria com Antonio Marras	Não

Elaborado por Ana Paula Moreno.

Conforme constatamos nas tabelas das matérias impressas e digitais publicadas, tanto no Brasil como na Itália, nenhuma mídia se preocupou em levantar a questão do principal objetivo do projeto “Fusões e Inserções” quanto à preservação de um patrimônio imaterial cultural popular e das bordadeiras de Entremontes, missão esta do projeto “Fusões e Inserções”. O foco foi na questão do design, com a assinatura dos renomados irmãos Campana. Comprovando que, no geral, o Brasil no exterior interessa mais pelo exótico que pela cultura, neste caso, presente numa arte centenar. Importante ressaltar ainda que o *press release* do projeto “Fusões e Inserções” foi enviado a várias revistas, de diferentes segmentos, mas apenas as revistas de design, decoração e estilo publicaram, e com certo distanciamento.

Relacionamos a falta de consciência para a questão cultural e a valorização dos designers renomados, ao pensamento de Llosa (2013, p. 29) onde diz: "o que dizer sobre a civilização do espetáculo? É a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal". Escreve ainda que levar esses fatos acima relacionados em valor supremo é uma gigantesca imbecilidade que traz consequências, tais como: a banalização da cultura e da informação, a generalização da frivolidade, o aumento do jornalismo inconsequente que traz a fofoca e escândalos infundados, que consegue despertar no indivíduo desejos contundentes de maneira a produzir comportamentos indesejáveis, encorajando e reforçando um novo estilo de vida.

Segundo Canclini (2013), o popular é o excluído: aqueles que não têm patrimônio ou não conseguem que ele seja reconhecido e conversado; os artesãos não chegam a ser artistas, a se individualizar, nem a participar do mercado de bens simbólicos “legítimos”. O popular

costuma ser associado ao pré-moderno e ao subsidiado. No consumo, os setores populares estariam sempre no final do processo, espectadores obrigados a produzir o ciclo do capital e a ideologia dos dominadores.

O popular é nessa história o excluído: aqueles que não têm patrimônio ou não consegue que ele seja reconhecido e conservado; os artesãos que não chegam a ser artistas, a individualizar-se, nem a participar do mercado de bens simbólicos “legítimos”; os espectadores dos meios massivos que ficam fora das universidades e dos museus, “incapazes” de ler e olhar a alta cultura porque desconhecem a história do saberes e estilos (CANCLINI, 2013, p. 205).

O atraso das classes populares se condena à subalternidade. Se a cultura popular se moderniza, como de fato ocorre, Canclini (2013) afirma que isso é para os grupos hegemônicos uma confirmação de que seu tradicionalismo não tem saída: para os defensores das causas populares torna-se outra evidência da forma como a dominação os impede de serem eles mesmos.

Se a cultura popular se moderniza, como de fato ocorre, isso é para grupos hegemônicos uma confirmação de que seu tradicionalismo não tem saída; para os defensores das causas populares torna-se outra evidência da forma como a dominação os impede de ser eles mesmos (CANCLINI, 2013, p. 206).

Principalmente na Itália, o interesse midiático foi grande quanto à experiência criativa: existe o reconhecimento das diferenças e abertura para o outro, abolem-se as barreiras que reforçam a exclusão ao aumentar mais o número de emissores e criadores do que os meros consumidores (BARBERO, p. 69). Entretanto, apesar do poder da mídia atingido, o resultado da pesquisa mostrou que as bordadeiras não perceberam alteração em sua condição socioeconômica após o projeto “Fusões e Inserções”.

Embora Lipovetsky e Serroy (2011) observem que vivemos uma era de religamento entre passado e presente, de busca de convivência entre o artesanal e o industrial, no projeto “Fusões e Inserções”, a mídia não se atentou a conscientizar e divulgar manifestações culturais regionais com relação à cultura e memória das bordadeiras de Entremontes. É interessante também nos pautarmos em Morin (2003) e Burke (2006), quanto à importância da memória e da preservação de uma cultura. A questão é: com a crescente globalização de nossa era e a consequente homogeneização cultural, como se dará a sobrevivência dessas culturas independentes, em que quanto mais o mundo se globaliza, mais particularismos culturais se tornam relevantes e necessários. Segundo Burke (200, p. 30), a atração que o exótico exerce,

pelo menos e, em alguns casos, parece estar em uma combinação peculiar da semelhança e diferença, e não apenas na diferença.

Debate-se então, se impulsionar a conscientização em preservar a cultura local não é um trabalho em colaboração entre a inovação e os meios de comunicação. De acordo com Castells (2008), o regionalismo cultural busca regenerar a comunidade local por meio da criação, preservação ou fortalecimento da identidade cultural de um povo que se sente ameaçado, por exemplo, no caso bordadeiras de Entremontes. Elas possuem baixa escolaridade, vivem em situação econômica com baixo poder aquisitivo, com uma condição muito vulnerável a mudanças e de abandono a atividades sem retorno financeiro, principalmente em relação às futuras gerações. Por isso que, ainda citando Lipovetsky e Serroy (2001), atentamos à importância do Estado à questão da preservação cultural, não vale somente para a mídia, mas também para o poder público.

Sublinhemos mais uma vez: não cabe ao estado perpetuar situações de fato e vantagens adquiridas, e funcionalizar os artistas. A ajuda pública não deveria ter outro objetivo senão o de tornar a criação acessível a todos: uma política de urbanização que entregasse as obras mais contemporâneas, mal apreendida pela maioria da população, ou ajudas seletivas fornecidas a tudo o que, mesmo modestamente, trouxesse beleza a vida. E porque a cultura é algo que se aprende antes de apreciar (LIPOVETSKY; SERROY, 2001, p. 180).

6 CONCLUSÃO

A partir da pesquisa realizada, percebemos que quando se fez a fusão entre artesanato e design, com a inserção da assinatura de designers renomados, na criação das luminárias com a técnica de bordado de Entremontes (nas fotos acima), conseguiu-se “elevar o nível” do artesanato a uma obra de design. Com isso, a mídia nacional e internacional espetacularizou o projeto, de uma maneira muito positiva. Mas não se trata na verdade de elevar o nível, isso foi o que a mídia depreendeu, pois a riqueza está exatamente na originalidade de uma tradição centenar.

Notamos também com a pesquisa que, como tendência mundial, realmente vivemos uma era de religamento entre passado e presente, de busca de convivência entre o artesanal e o industrial, discussão realizada por Lipovetsky e Serroy (2011), quando alertam que estamos vivendo em um momento de hipermodernismo, hiperindividualismo, hipertecnológico e hiperconsumista e que há uma desorientação na civilização, a qual não se importa com valores patrimoniais artísticos, culturais, familiares, ou seja, de identidade.

Entretanto, apesar desta visão de sociedade, os autores concluem sua obra otimistas quanto a um fenômeno de equilíbrio: “a hipermodernidade hoje procura um sentido para si,

um novo modelo de composição e busca o religamento entre passado e presente, autoridade e inovação, artesanal e industrial, técnica e natureza, sabedoria e desempenho, consumo e solidariedade”(LIPOVETSKY; SERROY 2011, p.194). Os autores terminam seu livro com uma mudança otimista de conscientização do consumismo, de conhecer sua origem e considerar obras que apresentem um patrimônio imaterial cultural. Burke acrescenta que “devemos ver as formas híbridas como resultado de encontros múltiplos e não como o resultado de um único encontro” (BURKE 2006, p. 31).

Referente à memória cultural, com a pesquisa qualitativa realizada com as bordadeiras de Entremontes, conclui-se que é real a preocupação com a continuidade do bordado, pois a tecnologia muitas vezes é responsável pelo desaparecimento de manifestações culturais dessa natureza, um patrimônio da cultura popular.

Ainda do ponto de vista da memória cultural, pensando no desenvolvimento sustentável da comunidade versus a preservação de sua cultura, uma questão nos fica muito evidente, ou seja, o fato das bordadeiras possuírem baixa escolaridade e viverem em situação econômica de baixo poder aquisitivo, existe sempre a tentação em mudar sua condição para um outro negócio mais lucrativo.

Este fato nos leva a refletir se é em virtude da falta de perspectiva econômica das bordadeiras que até hoje o bordado em Entremontes é preservado, criando-se assim um ciclo em que se questiona se é possível melhorar a qualidade de vida da comunidade, criar novas oportunidades de trabalho e garantir que sua cultura centenária seja mantida ou teremos que sacrificar o desenvolvimento econômico e social dessas pessoas para preservar um patrimônio imaterial cultural. Esta é realmente uma questão que vai além do contexto cultural e invade as políticas públicas com relação à cultura popular, e o tempo nos fará ver se um patrimônio dessa natureza terá apoio do Estado para sobreviver.

REFERÊNCIAS

ADAMI, Antonio. **Verbete: Glocalização. Enciclopédia Intercom de Comunicação.** São Paulo: Intercom, 2010.

BURKE, P. **Hibridismo Cultural.** São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006.

CRESWELL, J.W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto.** São Paulo: Artmed, 2010.

HALBWACHS, M. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Ed. Centauro, 2004.

LIPOVETSKY, G. e SERROY, J. **A cultura-mundo, respostas a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LLOSA, M.V. **A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. Tradução de Ivone Benedetti. Rio de Janeiro, 2013.