

Explorando as potencialidades do mapeamento cultural: O caso Crajubar, Brasil

Beatriz Gondim-Matos - beatriz.gondim@ufca.edu.br

Universidade Federal do Caririⁱ

Lénia Marques - marques@eshcc.eur.nl

Erasmus University Rotterdamⁱⁱ

Mariana Bueno de Andrade Matos - buenomariana@usp.br

Universidade de São Pauloⁱⁱⁱ

31/05/2022

Resumo

Esta pesquisa buscou compreender como o mapeamento cultural vem sendo adotado para o planejamento e definição de políticas culturais e de turismo na região do Cariri, com ênfase na conurbação Crajubar (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), nordeste do Brasil. Adotando-se uma abordagem de métodos mistos, fez-se a análise de dados do mapa cultural, de documentos e entrevistas com os gestores públicos. Identificou-se que o mapeamento cultural ainda reside no estímulo, via chamadas públicas, do cadastro de agentes culturais. As linguagens com maior número de cadastros no mapa, são: música (40%), cultura popular (36%), dança (24%), produção cultural (19%), teatro (13%) e artesanato (10%) com a observância de que é possível a realização do cadastro em mais de uma linguagem. Sugere-se a adoção de diferentes abordagens de mapeamento cultural, tanto no que se refere a geolocalização quanto pesquisas que visem capturar a subjetividade de residentes, visitantes e turistas

Palavras-chave: mapeamento cultural; crajubar; políticas culturais.

Abstract

This research aimed to understand how cultural mapping have been adopted for defining and planning public and culture policies in the Cariri region, emphasized on the Crajubar conurbation (Crato, Juazeiro do Norte and Barbalha), northeast of Brazil. Adopting a mixed methods approach, and data was collected from the cultural map, documents and interviews with public managers. It was identified that cultural mapping currently adopted still resides in stimulating by public calls to register cultural agents. The cultural expressions with the highest number of entries on the map are music (40%), popular culture (36%), dance (24%), cultural

production (19%), theater (13%) and crafts (10%) with the observance that it is possible to fill out the registration in one or more expressions. It is suggested that adopted different cultural mapping approaches such as geolocation and others that aim to capture subjectivities of residents, visitors, and tourists.

Keywords: cultural mapping; crajubar; cultural policies.

1. Introdução

Políticas públicas relacionadas com a Economia Criativa têm demonstrado ganhar maior expressão, sobretudo na Europa, onde formas de empreendedorismo criativo vêm ganhando popularidade (Unctad, 2015).

No Brasil, tem-se assistido na última década a um crescimento de iniciativas mais ou menos bem sucedidas de apoio a diferentes formas de economia criativa, como por exemplo em Porto Alegre ou Recife, com iniciativas de Turismo Criativo (Marques & Borba, 2017).

Estas iniciativas emergem de uma atividade em que o setor cultural e criativo se articula com políticas públicas e privadas bem delineadas, sendo bastante promissor em termos econômicos, sociais e culturais. Ainda que essas iniciativas apareçam sobretudo em grandes cidades, há um claro valor para cidades menores e até espaços rurais que se destacam como pólos culturais e criativos (Richards, 2020).

O mapeamento cultural pode ajudar de formas diversas a compreender melhor essas relações e o posicionamento desses locais. E pode ser adotado com diversos propósitos, tais como: identificar a vocação de uma região (especialmente em seus aspectos intangíveis), atender quesitos de governança, planejar e propor políticas públicas e privadas, planejar destinos turísticos, dentre outros (Deveau & Goodrum, 2015).

Duxbury (2019) indica que há, pelo menos, quatro ou cinco abordagens tradicionais de mapeamento. Porém, ressalta que muitos mapeamentos se centram em serem meros inventários. Não desprivilegiando os inventários que trazem informações relevantes, é importante considerar aspectos intangíveis da cultura (Duxbury, Longley, 2016; Freitas, 2016).

Originalmente, a partir de 2013, a plataforma mapa cultural não foi criada para ser uma ferramenta de gestão, mas dada a sua abrangência de linguagens (52, no total) e por ser um software livre, acabou sendo incorporado a outras políticas de mapeamento, servindo tanto aos estados quanto aos municípios em que foi implantado.

Em parte, devido às dimensões continentais, o Brasil apresenta desafios na gestão de recursos culturais e criativos descentralizados. Esta pesquisa buscou compreender como o mapeamento cultural vem sendo adotado para o planejamento e definição de políticas culturais e de turismo na região do Cariri, com ênfase na conurbação Crajubar (Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha), nordeste do Brasil.

Espera-se que os resultados desta pesquisa possam servir de direcionamentos para gestores e empreendedores das áreas culturais e de turismo. E, mais ainda, que os resultados contribuam para o desenvolvimento do turismo criativo na região.

2. Método

Esta pesquisa corresponde à primeira fase de um projeto mais abrangente chamado ‘Consumo colaborativo e turismo criativo: aproximações possíveis na região do Cariri’ - financiado pela agência de fomento estadual, FUNCAP que tem como objetivo identificar as dimensões teóricas e empíricas que podem articular consumo colaborativo e turismo criativo e propor direcionamentos gerenciais.

Neste trabalho, a fim de responder o objetivo proposto na seção anterior, a estratégia selecionada foi a do estudo de caso. Acredita-se que o caso selecionado representa uma realidade distinta com a qual pode-se aprender, o que corrobora com o que Stake (1995) defende a respeito da justificativa da realização deste tipo de estudo.

Recorrendo a métodos mistos as etapas da pesquisa foram desenvolvidas, quais sejam:(1) coleta e análise de editais, planos de cultural (documentos públicos) lançados nos anos de 2020 a 2022 pelo estado do Ceará e outros documentos pertinentes; (2) quantificação e categorização dos dados coletados da plataforma mapa cultural do estado do

Ceará (<https://mapacultural.secult.ce.gov.br/>) com recorte das cidades de Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha (Crajobar); (3) realização de entrevistas com os gestores públicos da área de turismo e cultura de cada um dos municípios.

Os dados da primeira e da segunda fases foram organizados em Excel, analisados com apoio do software de pesquisa Maxqda e tornaram-se a base para a reflexão da terceira etapa, ou seja, a elaboração do roteiro de entrevistas com os gestores públicos da área de turismo e cultura de cada uma das cidades. As entrevistas semiestruturadas foram gravadas, transcritas e analisadas por meio da técnica de análise de conteúdo, também com o apoio do software Maxqda.

3. Resultados

A partir dos materiais analisados e entrevistas feitas, foram obtidos resultados preliminares que indicam que as linguagens com maior número de cadastros no mapa do Crajobar são: música (40%), cultura popular (36%), dança (24%), produção cultural (19%), teatro (13%) e artesanato (10%) com a observância de que é possível a realização do cadastro em mais de uma linguagem.

Além dos resultados acima, referentes à primeira e à segunda fase, os gestores entrevistados validam as linguagens apresentadas como as mais representativas da região. Porém, relatam as dificuldades de cadastro e manuseio de ferramentas tecnológicas por empreendedores e coletivos - o que pode ocasionar sub cadastros nos registros. Além do mapa cultural, no caso do município de Juazeiro do Norte, os grupos de tradição são registrados em outra ferramenta, e contam com o auxílio de um núcleo específico da Secult, indicando que os gestores fazem uso de mais de uma estratégia de mapeamento. Os grupos de tradição, mais especificamente

Outros achados indicam que bairros de maior vocação cultural são também os locais de maior vulnerabilidade social e problemas de infraestrutura. É o caso do bairro João Cabral. Segundo informações dos gestores deste município, o bairro é o qual concentra a maior quantidade de grupos de tradição.

Além do mapa cultural do estado, a cidade do Crato está elaborando e validando um mapeamento do município: a cartografia da diversidade. Em breve será lançado também um mapa dos pontos turístico do mesmo município - trabalho realizado por docentes de Universidade Regional do Cariri.

Considerando que o mapa cultural tem sido utilizado pelo estado do Ceará, primariamente, dentre os três municípios, a cidade do Crato apresentou-se como a mais atuante no sentido de pensar e propor ferramentas e mapeamentos adequados à sua realidade. No ano de 2017 finalizou a cartografia cultural do município em formato analógico. E, em breve, será lançada a cartografia cultural em formato digital. As iniciativas foram resultantes de ações conduzidas por representantes da gestão do município e URCA.

O Crato fora também apontado no topo do ranking das três cidades brasileiras, dentre os centros urbanos menores, de maior atratividade cultural e que exercem influência e, conseqüentemente, deslocamento de moradores de outros municípios próximos ao seu território (IBGE, 2021).

4. Considerações Finais

A adoção do mapa cultural enquanto uma ferramenta de cadastro e gerenciamento de agentes culturais se mostrou relevante no contexto adotado, mas não suficiente tendo como a finalidade de ser um único instrumento de mapeamento a adoção de políticas públicas. Há alguns aspectos que precisam ser considerados.

O preenchimento do mapa cultural tem sido extremamente estimulado por meio de editais lançados pelo estado do Ceará. No entanto, apresenta-se o primeiro viés que é o não letramento e, conseqüentemente, desafio de acesso por parte dos agentes culturais que dependem de produtores culturais e/ou terceiros para a leitura de editais e o cadastro no mapa.

Outro viés, encontrado é a respeito das categorias de maior frequência, é preciso ir além do mapa, a exemplo, tem-se o artesanato. Uma das possíveis razões para a baixa frequência no número de artesãos pode advir deste segmento estar mais relacionado com a gestão da Central de Artesanato do Ceará (Ceart) que da Secretária de Cultura.

Para pesquisas futuras, sugere-se o aprofundamento de como e quais ferramentas estão sendo utilizadas por gestores estaduais e locais para contemplar grupos e agentes que compõem a identidade sociocultural da região, a saber: comunidades indígenas e quilombolas; representantes da cultura alimentar e gastronomia; e outros representantes e coletivos.

Combinar a análise de redes sociais a partir de dados de geolocalização a fim de coletar informações coletivas a respeito do consumo cultural pode ser interessante para compreender os fluxos de concentração, atratividade e permanência de visitantes e locais nos equipamentos culturais, de lazer e turísticos da região. A análise de clusters culturais pode auxiliar gestores públicos e privados na identificação e desenvolvimento de posicionamento de lugares para residentes, visitantes e turistas.

A adoção de ferramentas participativas cuja finalidade seja acessar sentimentos e aspectos de pertencimento dos residentes em relação ao território pode se mostrar extremamente relevante na construção e elaboração de mapas afetivos a respeito de espaços e locais. A este respeito há diversas experiências que reúnem residentes e artistas em cidades europeias, com este intuito (Savić, 2017).

Referências

- Deveau, Danielle J., and Goodrum, Abby (2015). Mapping culture in the Waterloo Region: Exploring dispersed cultural communities and clustered cultural scenes in a medium-sized city region. *Culture and Local Governance*, 5(1–2), pp. 61–82. Accessed em <https://uottawa.scholarsportal.info/ojs/index.php/clgcgl/article/view/1458>.
- Duxbury, Nancy, Garrett-Petts, W. F., and MacLennan, David (2015). Cultural mapping as cultural inquiry: Introduction to an emerging field of practice. In Nancy Duxbury, W. F. Garrett-Petts, and David MacLennan (Eds.), *Cultural mapping as cultural inquiry*, pp. 1–42. New York: Routledge.
- Freitas, Raquel (2016). Cultural mapping as a development tool. *City, Culture and Society*, 7(1), pp. 9–16.
- Governo do estado do Ceará (2020). Mapa cultural. Acessado em <https://mapacultural.secult.ce.gov.br/>.

IBGE (2021). Sistema de Informações e Indicadores Culturais com período de referência 2009-2020. Acessado em <www.ibge.gov.br>.

Marques, L., & Borba, C. (2017). Co-creating the city: Digital technology and creative tourism. *Tourism management perspectives*, 24, 86-93.

Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research*, 85, 102922.

Savić, J. (2017). Sense (s) of the city: Cultural mapping in Porto, Portugal. *City, culture and society*, 11, 12-19.

Stake, R. E (2015). *The Art of Case Study Research*. London: SAGE Publications.

UNCTAD. (2015) *Creative economy outlook and country profiles: Trends in international trade in creative industries*. v. 8.

Yang, D., Zhang, D., & Qu, B. (2016). Participatory cultural mapping based on collective behavior data in location-based social networks. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology (TIST)*, 7(3), 1-23.

ⁱ Universidade Federal do Cariri
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Av. Ten. Raimundo Rocha, 1639 - Cidade Universitária Juazeiro do Norte - CE, cep. 63048-080
Brasil

ⁱⁱ Erasmus School of History, Culture and Communication
Erasmus University Rotterdam
P.O. box 1738
3000 DR Rotterdam
The Netherlands (Países Baixos)

ⁱⁱⁱ Universidade de São Paulo
Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo
Rua Arlindo Béttio, 1000, I1 sala 322F - Ermelino Matarazzo, São Paulo - SP, cep. 03828-000
Brasil