

MUSEU DO CANGAÇO DE SERRA TALHADA: UM CASO DE EMPREENDEDORISMO CULTURAL NO SERTÃO DO PAJEÚ

Karl Marx Santos Souza

*Fundação Cultural Cabras de Lampião
Brasil*

Resumo

....

O Cangaço foi uma onda de banditismo que se alastrou pelo sertão do Nordeste brasileiro nos séculos 19 e 20, quando grupos de homens (os chamados cangaceiros) vagavam pelas cidades em busca de justiça e vingança pela falta de emprego, alimento e cidadania. O mais famoso cangaceiro foi Virgulino Ferreira da Silva, conhecido como “Lampião”. Na cidade onde ele nasceu em 1898 - Serra Talhada, no estado de Pernambuco - há um museu que conta essa história.

Criado em abril de 2000, o Museu do Cangaço de Serra Talhada tem no seu acervo documentos como bilhetes escritos por Lampião, uma biblioteca com livros raros, dissertações de mestrado, monografias, laudos médicos e raios-X das cabeças dos cangaceiros (decepadas pela polícia), matérias de jornais, fotografias, documentários em DVDs, uma sala de estudo e uma loja de artesanato.

Além do acervo para visitação, o Museu do Cangaço conta com atividades artísticas e culturais. Sua ação é voltada às manifestações artísticas regionais (à história, ao turismo, ao artesanato em pedras) e dá atenção à interação com a comunidade. Este artigo aborda o empreendedorismo cultural na cidade de Serra Talhada por meio do estudo de caso do Museu do Cangaço, especificando os aspectos sociais,

artísticos, culturais e econômicos da entidade, e ressaltando alguns de seus projetos, como o Ponto de Cultura Artes do Cangaço.

Palavras-chave: 1) Museu do Cangaço em Serra Talhada-PE. 2) Museu. 3) Cultura. 4) Empreendedorismo Cultural.

Resumen

...

El “Cangaço” fue un fenómeno de bandidismo que tuvo lugar en el sertão del Nordeste brasileño los siglos XIX y XX, cuando grupos de hombres (los cangaceiros) vagaban por las ciudades en busca de justicia y venganza por la falta de empleo, alimento y ciudadanía. El más conocido cangaceiro fue Virgulino Ferreira da Silva, el “Lampião”. En la ciudad donde él nació en 1898 - Serra Talhada, en el estado de Pernambuco - hay un museo que cuenta esa historia.

Creado en abril de 2000, el “Museu do Cangaço” de Serra Talhada tiene en su acervo documentos como notas escritas por Lampião, una biblioteca con libros raros, disertaciones de maestrías, informes médicos y rayos X de las cabezas de los cangaceiros (cortadas por la policía), notas de diarios sobre Lampião y el Cangaço, fotografías, documentales en DVDs, una sala de estudio y una tienda de artesanía.

Además del acervo para visitar, el “Museu do Cangaço” cuenta con actividades artísticas y culturales. Su acción está orientada a las manifestaciones artísticas regionales (la historia, el turismo, y la artesanía en piedras) y busca la interacción con la comunidad. Este artículo habla del emprendedurismo cultural en la ciudad de Serra Talhada por medio del estudio de

caso del “Museu do Cangaço”, especificando los aspectos sociales, artísticos, culturales y económicos de la entidad, y resaltando algunos de sus proyectos, como el Punto de Cultura Artes de Cangaço.

1. Introdução

...

Entrando no universo das novas discussões sobre cultura, economia e mercado, o leque de assuntos e temas é tão intenso e vasto quanto à diversidade cultural brasileira. Vem surgindo vários autores e pesquisadores que buscam nortear e discutir alguns aspectos sobre a funcionalidade dos agentes culturais e a inter-relação destes com o Estado e o mercado em que atuam.

Nesse contexto, a busca por sustentabilidade e desenvolvimento é vista com a mesma intensidade que nos outros ramos da economia. Porém, as possibilidades e estratégias parecem requerer novas teorias e impulsionam novos desafios, partindo das políticas públicas voltadas para a cultura, indo até a forma como se organizam os grupos, os artistas e os demais atores do movimento cultural.

Destaca-se nesse conjunto social o Museu do Cangaço de Serra Talhada, não só pelo seu caráter empreendedor e inovador, na forma como se insere no mercado e na sociedade. O destaque do seu papel social possibilita a inserção das pessoas no seio da sociedade, dando-lhes dignidade. Se isso não ocorresse, esses jovens e adultos poderiam estar optando por outros ambientes conhecidamente marginalizados (prostituição, drogas ou mendicância). Há que se considerar, ainda, o viés econômico, elemento capaz de explicar não só a geração de emprego e renda,

mas também o desenvolvimento econômico local, social e sustentável.

O objetivo principal desta pesquisa foi o de identificar as ações de empreendedorismo cultural ocorridos na Cidade de Serra Talhada, advindos do objeto de estudo: o Museu do Cangaço. Este artigo está estruturado em seis partes, sendo a primeira a introdução, apresentando as considerações iniciais; a segunda, o referencial teórico, apresentando as teorias e conceitos embaixadores; a terceira, a metodologia, demonstrando os métodos aplicados e necessários à consecução da pesquisa; a quarta, a análise dos resultados, apresentando os resultados obtidos, a partir da interpretação estatística e conceitual; a quinta, a conclusão, permitindo o fechamento conclusivo dos fatos e da pesquisa; e a sexta e última parte, as referências utilizadas, apresentando as bibliográficas, as de internet e as documentais.

2. Referencial Teórico

• • •

2.1 Empreendedorismo Cultural

O termo empreendedorismo vem sendo utilizado por diversas empresas e organizações, tanto governamentais quanto não governamentais, o que permite entender que não é dispensável o seu uso ou apelo, mas oportuno e imperioso à sobrevivência. Os propósitos de entender os motivos que incentivam ou inibem a ação empreendedora são de suma importância para a sociedade, mesmo que ainda esteja em processo de desenvolvimento social e econômico e que, num contexto de mundialização, tente trilhar o caminho da sustentabilidade.

A capacidade de empreender associada a políticas públicas eficientes e eficazes podem fazer surgir um ambiente cada vez mais propício para o surgimento e desenvolvimento de empresas, considerando que o sucesso empreendedor não se restringe ao ato individual, contudo, social, dependendo da decisão do Estado e de sua inserção na comunidade.

Há muitas definições para o termo empreendedor, propostas por pesquisadores de diferentes campos de conhecimento, na economia, na psicologia, na administração, na sociologia e na antropologia. Estes estudos apontam que quem deu início à contribuição das ciências do comportamento foi McClelland (1961). Ele foi um dos primeiros autores a estudar e destacar os homens de negócios na sociedade e suas contribuições para o desenvolvimento econômico. McClelland (1961) dá atenção especial ao desejo, como uma determinação realizadora controlada pela razão. Para esse autor, um empreendedor é alguém que exerce controle sobre uma produção que não seja só para o seu consumo pessoal.

A capacidade de empreender está relacionada às características do indivíduo, aos seus valores e modo de pensar e agir. Os empreendedores são responsáveis pelo desenvolvimento econômico. Promovem o rompimento da economia em fluxo circular para uma economia dinâmica, competitiva e geradora de novas oportunidades. A verdadeira concorrência na economia está entre empresas inovadoras que geram novos produtos e que retiram do mercado produtos antigos.

Com Drucker (2005) foram introduzidos os conceitos de 'espírito empreendedor' (ou *entrepreneurship*), além da gestão e da organização inovadoras e do

risco advindos da ação de empreender, onde uma pessoa empreendedora precisa arriscar em algum negócio, a partir de um espírito empreendedor capaz de conduzi-lo às inovações.

Drucker (2005), embora tenha bebido da fonte schumpeteriana, traz consigo uma diferente ideia sobre empreendedorismo, atribuindo-lhe o papel de transferir recursos econômicos de um setor de produtividade mais baixa para um setor de produtividade mais elevada e de maior rendimento, possibilitando, desse modo, uma maior eficiência e eficácia à economia, alcançando, sobretudo, o equilíbrio financeiro da sua empresa e o máximo de lucros e de vendas.

Kirzner (1973, *apud* DORNELAS, 2008, p. 22), por seu entendimento, traz outra abordagem para o tema. Para o autor, “o empreendedor é aquele que cria um equilíbrio, encontrando uma posição clara e positiva em um ambiente de caos e turbulência, ou seja, identifica oportunidades na ordem presente”. Percebe-se que tanto Drucker como Kirzner destacam o empreendedor como um indivíduo capaz de identificar oportunidades.

As organizações criativas têm, na sua base, uma estrutura e um empreendimento artístico e cultural que vêm adquirindo crescente importância na cadeia produtiva de várias localidades, fazendo emergir um novo cenário econômico e sociocultural. Porém, nesse contexto, pouco se discute quanto à formação e a capacitação dos agentes e empreendedores culturais. Profissionais preparados para criar e gerenciar seus empreendimentos de maneira sustentável ainda são uma realidade distante nesse cenário altamente dependente do incentivo do Estado e de patrocinadores privados.

É importante destacar que a ideia de um empreendedorismo cultural estabelece uma relação paralela em dois conceitos de distintos campos de ação e pensamento, porém transversalmente interligados: o conceito de empreendedor, oriundo da Economia e da Administração, e o conceito de cultura, amplamente discutido na Antropologia, na Filosofia e na Sociologia. Concebê-los juntos é uma tarefa árdua, todavia coerente, principalmente em um universo de equipamentos e agentes culturais capazes de gerar renda, emprego, oportunidades e negócios, tudo isso com um mercado próprio e aberto às ideias e inovações, sejam elas gerenciais ou em termos materiais.

Um primeiro conceito de empreendedorismo cultural surge com Dimaggio (1982, *apud* LIMEIRA, 2008, p. 7) que discute o papel do empreendedor na formação e sustentação de entidades e equipamentos culturais, organizações sem fins lucrativos, museus, teatros, etc. Esse autor verificou a diversidade de formas das organizações culturais, identificando aquelas filantrópicas, aquelas que funcionam empresarialmente com finalidade de lucro, além daquelas que se sustentam de doações ou bilheterias de espetáculos e produtos por elas produzidos.

Segundo Rae (2005, *apud* LIMEIRA, 2008):

“O que diferencia um artista de um empreendedor cultural é que o primeiro está focado apenas na criação e na produção cultural, enquanto o segundo expande suas atividades ao longo da cadeia produtiva da indústria criativa, preocupando-se com a distribuição e venda do produto ou serviço cultural” (Ibidem, p. 7).

Nessa mesma perspectiva, Bilton (2006, *apud* LIMEIRA, 2008):

“As organizações culturais têm uma cultura gerencial distinta das organizações produtivas tradicionais, a qual se diferencia em três aspectos: autogestão e empreendedorismo; forma de estruturação da cadeia de valor; e a influência de valores não comerciais” (Ibidem, p. 7)

Analisando o que foi dito acima, percebe-se que o primeiro aspecto apontado por Bilton (2006, *apud* LIMEIRA, 2008) faz referência à autonomia e à maneira como diversos artistas autônomos desempenham várias funções simultaneamente, tanto artísticas quanto gerenciais. O segundo aspecto se refere ao fato de que a geração de valor dos arranjos produtivos não está concentrada em grandes empresas. Já o terceiro aspecto se refere ao fato de que o produto ou serviço cultural pode vir a ter dupla natureza, além de seu caráter econômico, possui valor simbólico e conteúdo estético, inaugurando uma diferente relação de mercado.

2.2 Economia da Cultura e Desenvolvimento Local Sustentável

Sem dúvida, a economia da cultura possui um dinamismo diferenciado se comparada a outros setores da economia mundial. A economia da cultura integra o segmento de serviços e lazer, onde as projeções de crescimento são otimistas e pretensiosas. A economia da cultura, junto com a economia do conhecimento, integra o que alguns pesquisadores chamam de ‘economia nova’, haja vista seu modo de produção e a forma como interação seus bens e serviços sofre impactos diretos de novas tecnologias e sua forma de criação não concerne com os preceitos e conceitos dados pela economia clássica.

Os modelos propostos para economia da cultura têm nos seus aspectos prioritários a inovação e o valor simbólico da produção cultural. Neste segmento, os aspectos criativos têm mais peso que o capital a ser implantado. Isso se deve ao fato de que historicamente há uma distância entre os fenômenos estudados pelos economistas e a paixão pela arte, aliada à descrença que os agentes culturais têm quanto à rentabilidade dos bens e serviços do setor cultural, conforme explica Tolila (2007):

"Como se sabe, a economia, seus cálculos e estatísticas, seus modelos e 'leis' não têm boa fama nos meios culturais, que preferem opor ao mundo frio da rentabilidade, das limitações financeiras e da concorrência dos mercados, o mundo cálido da paixão, da criação livre e do valor universal dos atos culturais. Ao desinteresse dos economistas pela cultura respondeu, pois, em grande medida, o desinteresse dos atores culturais pela economia, suas ferramentas e seus debates" (Ibidem, p. 17).

Porém, apesar de tantas perspectivas favoráveis, mecanismos diferenciados e que se adéquam aos novos conceitos de desenvolvimento e fomento da economia da cultura, que é baseada em grande parte em ativos intangíveis, é um desafio a ser enfrentado de imediato e requer fortalecimentos das políticas públicas culturais, reflexões quanto às relações entre desenvolvimento cultural e desenvolvimento geral e iniciativas acerca das implicações que a globalização dos intercâmbios e seus desequilíbrios tem para o desenvolvimento e a diversidade cultural.

É importante destacar que a economia da cultura é um setor gerador de efeitos transversais em várias outras atividades econômicas. Em um cenário de disputas competitivas baseadas em ideias, conceitos

e valores geradores de direitos de propriedade intelectual (marcas, patentes, direitos autorais), a integração de aspectos culturais ao processo produtivo resulta em inovação e diferenciação de bens e serviços que assim adquirem significados e características únicos, personalizados, insubstituíveis, mesmo na presença de similares.

Quanto maior o conteúdo cultural embutido na produção e na comercialização de bens e serviços, maiores serão seu valor e sua vantagem comparativa. Em outras palavras, a cultura está associada à inovação, à diferenciação e à agregação de valor.

Ademais, as atividades do campo cultural são importantes tanto pelo ponto de vista econômico como sob o aspecto social. Em comparação com outros setores, apresentam um elevado potencial de nível de empregos por valor investido e tendem a pagar melhores salários; essas atividades geram, por sua vez, renda, emprego, bem-estar, e são capazes de propiciar a inclusão e a coesão sociais, em particular de jovens e minorias.

Para isso contribui sobremaneira a característica intrínseca da cultura de atuar com a diversidade, o que também a fortalece como instrumento de desenvolvimento local e regional. Por fim, percebe-se que a economia da cultura é, ambiental e culturalmente, um vetor de desenvolvimento sustentável: não se dá pelo consumo de recursos naturais, mas por uma combinação de criatividade, diversidade cultural e inovação tecnológica; e preserva para as futuras gerações o capital cultural tangível e intangível das sociedades.

Há de se considerar, no entanto, que diversas questões articuladas e interativas são utilizadas quando se tenta trabalhar e analisar as bases para a proposta de metodologia de planejamento e desenvolvimento local sustentável. Desenvolvimento local é entendido como um processo registrado em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos capazes de promover dinamismo econômico e melhoria da qualidade de vida da população. Para muitos economistas, representa uma singular transformação nas bases econômicas e na organização social em nível local, resultante da mobilização de setores da sociedade, explorando suas especificidades.

Dessa maneira, entende-se que para ser um processo consistente e sustentável, o desenvolvimento deve elevar as oportunidades sociais e a viabilidade e competitividade da economia local, aumentando a renda e as formas de riqueza, ao mesmo tempo em que assegura e conserva os recursos naturais, como coloca Buarque e Bezerra (1994):

“Apesar de constituir um movimento de forte conteúdo interno, o desenvolvimento local está inserido em uma realidade mais ampla e complexa, com a qual interage e da qual recebe influências e pressões positivas e negativas. Dentro das condições contemporâneas de globalização e intenso processo de transformação, o desenvolvimento local representa também alguma forma de integração econômica com o contexto regional e nacional, que gera e redefine oportunidades e ameaças, exigindo competitividade e especialização” (Ibidem, p. 7)

O desenvolvimento local requer algum tipo de mobilização e iniciativas dos atores locais em torno de um projeto para a sociedade. De outra forma, o mais provável é que as mudanças geradas não sejam

internalizadas na estrutura social, econômica e cultural local ou municipal, desencadeando a elevação das oportunidades, o dinamismo econômico e aumento da qualidade de vida de forma sustentável.

Experiências bem-sucedidas de desenvolvimento local ocorrem, segundo alguns pesquisadores, quase sempre de um ambiente político e social favorável, expresso por uma mobilização, e, principalmente, de convergência importante dos atores sociais do município ou comunidade em torno de determinadas prioridades e orientações básicas de desenvolvimento. Conforme explica Castells e Borja (1996):

“Neste sentido, o resultado de uma vontade conjunta da sociedade que dá sustentação e viabilidade política a iniciativas e ações capazes de organizar as energias e promover a dinamização e transformação da realidade” (Ibidem, p. 14)

O conceito genérico de desenvolvimento local pode ser aplicado para diferentes ambientes territoriais, desde a comunidade e os assentamentos de reforma agrária, até o município ou mesmo microrregiões de pequeno porte. Tanto os municípios quanto os assentamentos podem constituir um espaço privilegiado de intervenção concentrada e articulada de diferentes instâncias político-administrativas – federal e estadual – como núcleo catalisador das iniciativas e base para o desenvolvimento local.

3. Metodologia

...

O fenômeno investigado possibilitou a realização de um estudo de caso, que segundo Martins (2008, p. 2), “oferece descrições, interpretações e explicações que chamam a atenção pelo ineditismo”.

A pesquisa teve o intuito de aprofundar a análise acerca do grau de empreendedorismo do Museu do Cangaço de Serra Talhada, a partir das características descritas por alguns autores renomados, tais como McClelland (1961), Schumpeter (1963; 1988), Drucker (2005) e Filion (1991, *apud* DOLABELA, 1999), além de Dornelas (2008), Dolabela (1999) e Limeira (2008). Utilizou-se também a observação dos fatos e deixou-se de lado hipóteses e outras conjunturas mentais que não se apropriavam da pesquisa científica.

As entrevistas realizadas foram do tipo ‘padronizadas ou estruturadas’, seguindo um roteiro previamente estabelecido e com perguntas determinadas, chamado de Roteiro para Entrevista com o Empreendedor, o criador do Museu do Cangaço (adaptado do Modelo de FILION, 1991). Outras entrevistas foram realizadas seguindo Roteiro para Entrevista com os Agentes Culturais, tendo sido entrevistados: o presidente da Fundação Casa da Cultura de Serra Talhada; o Secretário Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer; e o Secretário Municipal de Desenvolvimento Social de Serra Talhada.

4. Análise dos resultados

• • •

O Museu do Cangaço de Serra Talhada-PE fica localizado na Estação do Forró – antiga Estação Ferroviária –, em um dos prédios que eram utilizados pela antiga Rede Ferroviária Federal Sociedade Anônima (RFFSA), extinta em 2007. O prédio, que atualmente pertence à União – sob responsabilidade do Ministério dos Transportes –, foi cedido à Prefeitura Municipal de Serra Talhada, que por sua vez, através de um contrato de comodato, cedeu o prédio para a instalação do Museu do Cangaço pela Fundação Cultural

Cabras de Lampião (FCCL). Criado em abril de 2000, pela FCCL, tinha como ideia inicial a concentração e exposição de todo o acervo da Fundação Cultural Cabras de Lampião, para visitação pública, e com funcionamento regular de visitas para apreciação.

O Museu do Cangaço tem no seu acervo documentos – como bilhetes escritos pelo próprio punho de Lampião (o ‘Rei do Cangaço’), uma biblioteca com livros raros, teses de mestrados, monografias, versos de cordéis, laudos médicos e raios-X das cabeças dos cangaceiros (decepidas pela polícia), matérias de jornais de várias épocas que enfocam o personagem Lampião e o Cangaço, fotografias, documentários em DVDs, uma sala de estudo e uma loja de artesanatos, tendo como objetivo atender não somente ao turista comum ou curiosos do assunto, mas também contemplar pesquisadores e estudiosos do tema.

Além do acervo para visitação, o Museu do Cangaço, através da FCCL, é responsável pela execução e produção de diversas atividades artísticas e culturais. Vai desde a realização de exposições, com obras de artistas populares, até apresentações e produção de eventos culturais, como também é uma das instituições responsáveis pela propagação da cultura popular do ‘Xaxado’, do ‘Cangaço’ e das tradições locais que cercam essas temáticas.

Segundo dados documentais do Museu do Cangaço (2010; 2011, p.1), a ‘missão organizacional’ propõe:

Desenvolver suas atividades almejando a integração do homem ao seu meio, a fim de mobilizar pessoas e comunidades, por meio da comunicação, de redes sociais e parcerias, em torno de iniciativas socioculturais que contribuam para o

fomento e preservação da cultura e da história do povo sertanejo, resgatando os valores éticos, culturais e educacionais das comunidades carentes do semiárido nordestino, em especial no estado de Pernambuco, através da realização de eventos como: seminários, palestras, exposições, apresentações, recitais poéticos, dentre outros, proporcionando às pessoas menos favorecidas o acesso aos bens culturais, o que eleva a autoestima da população e conduz à prática o exercício pleno da cidadania (sic).

Já sua ‘visão’ de futuro tem como objetivo “Acreditar no Brasil, nos brasileiros e em sua cultura como tradução de um modo de ser, pensar e agir. Trabalhar por um mundo onde pessoas e comunidades se relacionem, valorizem suas identidades culturais e sejam capazes de transformar suas próprias vidas” (MUSEU DO CANGAÇO, 2011, p.1).

Os ‘valores’, tão necessários, podem ser listados a partir dos seguintes interesses:

- a) Paixão e otimismo (Ser apaixonado pelo que faz; acreditar que, com entusiasmo e determinação, se pode transformar a realidade para melhor);
- b) Criatividade (Confiar na capacidade humana de inventar, imaginar e transformar sonhos em realidade);
- c) Cooperação (Cultivar o diálogo e a parceria para reunir pessoas, organizações e comunidades que, juntas, são capazes de gerar resultados mais duradouros e enriquecedores para todos);
- d) Respeito às diferenças (Valorizar a pluralidade e a diversidade como base da convivência

ética e solidária, elementos essenciais da identidade de um povo);

e) Integridade (Ser comprometidos com relações transparentes e coerentes com os valores e propósitos assumidos);

f) Afetividade (Acreditar que a afetividade das relações também promove a efetividade das ações).

Toda ação do Museu do Cangaço é voltada às manifestações artísticas regionais (à história, ao turismo, ao artesanato em pedras) e à inclusão digital através do acesso gratuito à internet para crianças e adolescentes dos bairros populares, alunos de escolas públicas e jovens em estado de risco social.

Antes da criação do Museu do Cangaço, a FCCL já desenvolvia esse mesmo trabalho, de modo voluntário, nas comunidades, de tal forma que a maioria dos dançarinos, alunos, monitores e funcionários do museu são oriundos dessas localidades.

Com a implantação do Museu do Cangaço, essas ações foram ampliadas. Ganhou-se estrutura e houve um aquecimento na cena cultural da região, proporcionando à FCCL, através do Museu do Cangaço, um melhor trânsito nas escolas, nos sindicatos e nos assentamentos de 'sem terra'.

O Museu do Cangaço foi um importante salto na direção da valorização da cultura, na criação de oportunidades, associando mais jovens para engrossar as fileiras da cultura, e mergulhar no universo da história, das lendas, do folclore, além de proporcionar uma relação mais estreita com as artes, gerando

mais espetáculos de qualidade para a comunidade e, de um modo geral, maior interação com as escolas e os bairros populares.

O Museu do Cangaço concentra atenção na interação com a comunidade e na continuidade de suas ações, fomentando a produção cultural de forma interativa e regionalizada, democratizando a fruição e a produção cultural, com o objetivo de conectar as singularidades das regiões. Essa colaboração no desenvolvimento das atividades faz aquecer o mercado cultural da região, dentro dos preceitos do que se discute atualmente sobre a economia da cultura.

Ao longo dos anos, o Museu do Cangaço contou com uma série de parceiros e colaboradores. Uma característica peculiar do museu é a participação voluntária de membros da comunidade contemplada com suas ações. À medida que a quantidade de ações desenvolvidas pelo museu foi aumentando, na mesma proporção seu quadro funcional também teve que ser ampliado.

O Ponto de Cultura Artes do Cangaço (um dos projetos de cunho empreendedor do Museu do Cangaço) conta com algumas parcerias importantes, tais como SEBRAE, Prefeitura Municipal de Serra Talhada, sindicatos e diversas empresas privadas locais. Essas fontes, que permitiram aporte de recursos financeiros e materiais, foram e são importantes para o desenvolvimento autônomo das atividades da FCCL, provedor do Museu do Cangaço, executor do Ponto de Cultura Artes do Cangaço.

Atualmente, o Museu do Cangaço é responsável pela geração de 10 (dez) empregos diretos. Inicialmente,

quando da sua criação em 2000, havia apenas 02 (dois) funcionários, responsáveis pela manutenção e pelo acompanhamento aos visitantes. Em 2007, houve um reajustamento com a introdução de um novo modelo de gestão do museu e de suas atividades, devido ao fato de que se mantinham as atividades no Sítio Passagem das Pedras (onde inicialmente estava todo o acervo do museu), e havia também, naquele momento, a referência na cidade. Isso fez com que fossem introduzidas mais três pessoas à equipe responsável pelo funcionamento do museu.

É importante destacar o fato de que, dentro do aspecto empreendedor e de geração de renda do museu, no decorrer do ano, são gerados mais de 500 (quinhentos) empregos indiretos (temporários), provenientes da realização de eventos, exposições, mostras artísticas, entre outras atividades de porte econômico e cultural desenvolvidas pela instituição. Isso repercute economicamente no município, tanto pelos serviços contratados e o número de turistas e de visitantes atraídos por essas atividades quanto, principalmente, pela quantidade de artistas e técnicos diretamente beneficiados, reforçando o caráter inovador com que são desenvolvidas as ações do Museu do Cangaço.

5. Conclusão



As organizações sociais e culturais são um terreno fértil para o desenvolvimento de novas ações empreendedoras, pois as modernas inter-relações socioculturais permitem o surgimento de indivíduos determinados no que tange à articulação e à criatividade; como também líderes, com qualidade de gestores e capazes de empreender, conquistando seus objetivos ao se relacionar com muita gente.

Para que toda essa dinâmica se amplie, vários líderes e gestores se confundem com os ditos empreendedores, não importando se o conceito provém da economia, da administração ou da psicologia, pois o que os diferencia é o comportamento voltado à ação, numa forma de ser um *Homo agens*. Inserindo esses aspectos no campo do empreendedorismo cultural, dentro do contexto do Museu do Cangaço, o melhor ponto de partida para se estabelecer um negócio é aquele que encontra a estrutura necessária para seu estabelecimento, além da estabilização de seus principais objetos de desejo: o sucesso da ação cultural da sua arte.

Percebe-se, no entanto, que ao aplicar o conceito de empreendedorismo cultural, as principais dificuldades provêm do difícil mercado, que ainda não está consolidado e que sofre com as perspectivas dependentes de políticas públicas voltadas para o setor e com a direta intervenção do Estado.

Dessa forma, a constatação de que, no Sertão de Pernambuco, uma entidade que divide suas problemáticas de desenvolvimento econômico e local, de sustentabilidade racional e de empreendedorismo, também se preocupa com o resgate cultural e histórico do seu povo, historicamente sofrido e explorado, mas verdadeiramente, batalhador e com um alto nível ação empreendedora.

Identificar parceiros e promover pactos com atores sociais governamentais e não governamentais, nacionais e estrangeiros, visando um desenvolvimento humano sustentável, no qual a cultura seja forma de construção e expressão da identidade nacional, é um dos objetivos primordiais para a dinâmica de atuação do Museu do Cangaço.

No Sertão do Pajeú, em Pernambuco, diversas entidades tentam incorporar referências simbólicas e linguagens artísticas ao processo de construção da cidadania, ampliando a capacidade de apropriação criativa do patrimônio cultural pelas comunidades e pela sociedade brasileira.

Nesse contexto, as políticas públicas objetivam potencializar energias sociais e culturais, dando vazão à dinâmica própria das comunidades e entrelaçando ações e suportes dirigidos ao desenvolvimento de uma cultura cooperativa, solidária e transformadora. As ações empreendedoras do Museu do Cangaço provocam um processo contínuo e dinâmico, cujo desenvolvimento se dá a partir da articulação com atores pré-existentes ligados ao museu.

Em vez de determinar ou impor ações e condutas, o Museu do Cangaço vem estimulando a criatividade, propiciando o resgate da cidadania pelo reconhecimento da importância da cultura produzida em sua localidade. O efeito é o envolvimento intelectual e afetivo da comunidade, motivando o cidadão a criar, a empreender, a participar e a reinterpretar a cultura, aproximando diferentes formas de representações artísticas e visões de mundo.

Referências

- BRANDÃO, Carlos Rodrigues. O que é folclore? São Paulo: Brasiliense, 1984.
- BRASIL. (Gov.) Ministério da Cultura. Instituto Brasileiro de Museus - IBRAM. Política Nacional de Museus. Brasília, 2003. Disponível em: <www.ibram.gov.br>, Acesso em: 16 set. 2011.
- BUARQUE, Sérgio C.; BEZERRA, Lucila. Projeto de desenvolvimento municipal sustentável: bases referenciais. Recife: Projeto Áridas, 1994.
- CANTILLON, Richard. Ensaio sobre a natureza do comércio em geral. Trad. Fani Goldfarb Figueira. Curitiba: Segesta Editora, 2002.
- CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. As cidades como atores políticos. São Paulo: Novos Estudos CEBRAP – Dossiê Cidades, 1996.
- CIMADON, José Eduardo; RUPPENTHAL, Janis Elisa; MANFRÓI, Armando S. A aplicação da teoria visionária de Filion no desenvolvimento de MPES. In XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Foz do Iguaçu-PR, 2007.
- COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. São Paulo: Iluminuras/FAPESB, 2004.
- COMISSÃO NACIONAL DE FOLCLORE. Carta do folclore brasileiro. Salvador: CNF, 1995.
- DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DRUCKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio básico da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1988.

FILION, Louis. J. Vison et relations: clefs du succès de entrepreneur. Montréal: Les Éditions de e Entrepreneur, 1991.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. Empreendedor cultural: perfil e formação profissional. São Paulo: FGVSP, 2008.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2008.

McCLELLAND, David C. The achieving society. New York: D. Van Nostrand, 1961.

MUSEU DO CANGAÇO. Dados documentais. Serra Talhada-PE, 2010. (Documento do acervo - mimeo),

OLIVEIRA, Afonso Fernandes Alves de. Método canavial: introdução à produção cultural. Olinda: Associação Reviva, 2010.

PERNAMBUCO (Gov.). Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco. Lei 12402, de 12 de agosto de 2003. Declara de utilidade pública a Fundação de Cultura Cabras de Lampião. Recife: Diário Oficial do Estado, 2003.

SCHUMPETER, Joseph Alois. Capitalismo, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SERRA TALHADA (Gov.). Câmara Municipal. Lei 950/1998. Torna a Fundação Cabras de Lampião de Utilidade Pública. Serra Talhada, 1998.

SOUZA, Eda Castro Lucas de; GUIMARÃES, Tomás de Aquino (Orgs.). Empreendedorismo além do plano de negócio. São Paulo: Atlas, 2006.

TINHORÃO, José Ramos. Cultura popular: temas e questões. São Paulo: Ed. 34, 2001.

TOLILA, Paul. Cultura e economia: problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.