



Comunicação e sociabilidade: os piratas da cultura¹

João Maia²

Professor Adjunto da Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

A sociabilidade urbana adquire uma dinâmica original devido à interferência de novos atores sociais na constituição de sua trama cotidiana. São os “piratas da cultura” que negociam seus produtos de divulgação cultural no Mercado Popular Uruguaiana, no centro da cidade do Rio de Janeiro, gerando efeitos socioculturais inéditos e oferecendo uma perspectiva nova para se pensar as formas de cidadania na contemporaneidade. Sem permissão e sem documentação, os “piratas” colocam nas ruas uma forma de resistência à industrialização da cultura, desestabilizando noções que estavam seguras até há pouco tempo no campo da Comunicação Social.

Palavras-chave

Comunicação; Sociabilidade; Cidadania; Cultura; Comunidade

Introdução

Vamos trabalhar, neste texto, com algumas idéias que orientam a nossa pesquisa sobre os processos de sociabilidade na cidade contemporânea. A história cultural nos guia para compreender esta sociabilidade que denominamos de popular. Em um primeiro momento estaremos pensando o significado do que se convencionou denominar popular na cultura moderna, com o objetivo de colocar em destaque a constituição do imaginário de sociabilidade urbana. Em seguida, vamos ver como os homens populares que freqüentam as ruas cotidianamente vivem e criam resistências aos processos de industrialização da cultura com os próprios instrumentos que um dia supostamente estariam aniquilando a cultura popular. O nosso objetivo se concentra em mostrar como os produtos difundidos pelos “piratas da cultura” funcionam como um forte elemento de coesão social. Desta maneira, esses homens estão formando uma base sólida para a constituição inédita de uma sociabilidade comunitária na cidade contemporânea.

¹ Trabalho apresentado para o NP 12 Comunicação para a cidadania no **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**

² João Maia é professor Adjunto da faculdade de Comunicação Social da UERJ, mestre em Comunicação e doutor em Sociologia. É editor da revista LOGOS e da Contemporânea (revista eletrônica). Concluiu pós-doutorado em Estudos Culturais no PACC/UFRJ em 2005.

jmaia@msm.com.br



As ruas permanentemente cheias dos mais variados tipos de pessoas no centro da cidade do Rio de Janeiro ganham uma efervescência e uma dinâmica próprias devido à interferência barulhenta dos piratas que nos assaltam os olhos, os ouvidos, enfim, os nossos sentidos. Os sons em forma de músicas gravadas em Cds e as imagens em movimento nas telas de televisão, reproduzidas em DVDs cruzam o nosso caminhar pelas ruas. A sociabilidade urbana produz uma nova ambiência na constituição de sua trama cotidiana devido à interferência de novos atores sociais que ganham força de expressão na representação da cidade. São os “piratas da cultura”. Uma nova forma de produzir produtos de difusão cultural é exposta à venda por homens que criam Cds e DVDs caseiros. Sem permissão, sem licença e sem documentação esses piratas colocam nas ruas uma forma de resistência à industrialização da cultura. O dado popular da sociabilidade, que se desenrola na rua, usa dos instrumentos de alta tecnologia para gerar difusão da cultura e partilhar produtos que supostamente estariam restritos a uma específica parcela da população. Os piratas popularizam, colocam na rua, expõem temas e trabalham com imagens diversas alterando o caminhar do cidadão. Os piratas transmitem e produzem elementos culturais que desestabilizam noções que estavam bem seguras há até bem pouco tempo. Uma inusitada “indústria cultural” está se mostrando e sendo consumida, está emergindo um receptor ativo e a cidade se reconstruindo culturalmente.

Podemos dizer que os piratas são novos agentes culturais na contemporaneidade na medida que jogam no mercado e fazem circular informações, músicas, filmes, *games*, programas de computador. Eles estão transformando o que poderíamos chamar de cultura popular. Estão transformando a “ambiência cultural” da cidade. Não nos importa aqui questionar o destino da grande indústria mas, antes de qualquer outra coisa, nos instiga pensar que o homem comum, que era destinado a ser mero consumidor ou receptor, está mudando de lugar. Este homem representante da massa agora é produtor e interfere no nosso caminhar pelas ruas. Somos tomados de assalto por piratas da cultura nas ruas.

A história da cultura que circula nas brechas da cidade nos interessa sobremaneira neste texto, com o objetivo de nos induzir a refletir sobre a importância da cidadania cultural na contemporaneidade. Seguimos o pensamento de Maria José Canelo (2003, p.25) quando coloca que a cidadania cultural se distingue pela “forma como fragmenta o que era o intercâmbio direto e estável de direitos e deveres e a unidade do território”.



As Formas de Sociabilidade

No meio da tarde, de uma semana qualquer, em pleno verão carioca, os relógios digitais espalhados pelo centro da cidade marcam 42 graus e os transeuntes se acotovelam nas bancas do Mercado Popular Uruguaiana. O clima realmente ferve. As interações se estabelecem de maneira calorosa. Há gente por todos os lados e a circulação de pessoas e de coisas é impressionante. Uma nova forma de sociabilidade se delineia diante do nosso olhar. É uma forma de compartilhar a cultura, ocupando as brechas da cidade, que modelará os processos de interação e dessa maneira revelará uma cidadania cultural em formação. A população consome como se estivesse em uma feira que remonta ao Brasil colonial, em uma “forma” que escapa à ordem estabelecida pelo comércio de varejo convencional e moderno. Se vende, se troca, se barganha, se berra. Os celulares “top de linha” das grandes marcas que circulam nas lojas são montados, desmontados, consertados, configurados e habilitados. Especialistas e técnicos em informática se reproduzem nas inúmeras bancas desse “mercado”, mas não é apenas a alta qualificação profissional e técnica que se faz impressionar. Um elemento, misturado dentre muitos outros, se destaca diante do nosso olhar, nesse baralhamento de fluxos descontínuos de informação. O povo consome, produz e vende imagens e sons em formas de Cds e Ddvs que são testados imediatamente, no ato da compra. Uma rede de confiança se estabelece na cidade. A produção e as negociações piratas são recheadas de confiança e a rede suporta as ligações entre os cidadãos.

Os cartões com o nome e o endereço da barraca garantem uma possível troca do produto. Temos garantias nessas relações “clandestinas”. Os consumidores e produtores mantêm uma relação original dentro de um novo panorama cultural que está se elaborando dentro dos jogos de sociabilidade contemporânea. Aquele homem que compra sabe, conhece e reconhece aquele outro cidadão que está vendendo, que é o produtor. Eles estão no mesmo local, pertencem ao mesmo destino, querem e compartilham seus interesses cotidianos nas ruas. Os homens possuem a mesma sensibilidade que se constitui de maneira localizada e se fortalece pelos “piratas da cultura”. Todo o conjunto começa a produzir um ambiente que se caracterizará pela “comunidade de afetos”. O homem que detém a aparelhagem de reprodução não é mais o executivo da grande empresa: a decisão da seleção é feita pelo companheiro de rua, pelo cidadão comum que bagunça hierarquias. O pirata que vive na comunidade



periférica convive com o executivo dos escritórios centrais. A rede que se estrutura na sutileza da confiança comunitária suporta as relações entre os cidadãos. Todos os transeuntes estão presentes consumindo o que foi gerado no espaço que um dia teria sido qualificado como improdutivo ou como carente da cultura letrada. O mercado é freqüentado pelo povão assim como também pelo “senhor”. A etiqueta do produto pirata “deslocaliza” e transforma determinados papéis sociais.

A famosa frase “pode chegar freguês”, usada pelos barraqueiros, pode cair em desuso. O povo que circula e que se ancora no “camelódromo” virou consumidor, produtor, pirata e agente cultural. Assim, ele se misturou na produção da cultura que circula de maneira resistente aos parâmetros oficiais, pela cidade como um todo. Uma cultura da resistência ao oficial se estabelece e se legitima devido a uma sociabilidade que aqui dizemos ser comunitária. Não se afirma mais de maneira categórica a definição clara do que seja um produto de origem popular, da produção massificada, de referência para uma elite ou uma reciclagem e re-significação da história da cultura.

Procuramos uma representação da história do uso e do abuso da cultura pirata na imprensa. Assim, vamos usar a fala do Lobão, cantor do rock brasileiro, em entrevista à revista Bravo³, especificamente sobre a pirataria:

Qual a sua opinião sobre a pirataria?

Vou contar uma história. Em 98, veio a crise. E o que aconteceu? As lojas de departamento compravam em consignação 350 mil discos de Chitãozinho e Chororó, o que acabou com as lojas especializadas em discos. Desses 350 mil, vendiam 50 mil, e 300 mil voltavam para o estoque. Iam pagar um galpão para guardar? Não. Iam para o cais do porto e supostamente passavam com um trator por cima. Mas não faziam isso. Vendiam para os camelôs a R\$ 0,20. Mas isso foi dar asa à cobra. Os camelôs prosperaram, viraram uma indústria confiável e foram à China. Aí eles não compravam mais a unidade a R\$ 0,20. Eles conseguiam o *máster* com um *boy* dentro das gravadoras e diminuía o custo de R\$ 0,20 para R\$ 0,01 ou R\$ 0,02 por unidade. Aí as gravadoras se deram mal, porque elas atrofiaram o catálogo, se tornaram dependentes das rádios pelo jabá e perderam a associação com os camelôs, que viraram concorrentes muito mais eficazes que elas...

Alguns observadores mais conservadores poderiam até perguntar se esses personagens, aqui tratados como “piratas da cultura”, estão produzindo algo de original ou algum produto de extrema criatividade que irá modificar a nossa sensibilidade artística. Estariam esses atores sociais colaborando para a afirmação de algum produto genuíno, puro ou de raiz brasileira? Podemos categoricamente afirmar que estão criando

³ Revista Bravo!. Junho 2005. ANO 8. Na Boca do Lobo. Por Mauro Trindade. São Paulo: Editora Abril. Página 56.



uma nova forma de se colocar diante do mundo, uma nova forma de interação social e que de maneira alguma nos parece passiva. A cultura comunitária se caracteriza pela dimensão caleidoscópica de suas formas, pela solidariedade em rede e pela resistência a qualquer legitimidade que se faça abusiva. Essas imagens fragmentadas e multicoloridas chegam e circulam pelas ruas para criar confusão, pra criar um certo tipo de baralhamento que inevitavelmente está elaborando uma forma nova do cidadão se relacionar com os produtos culturais e, desta maneira, com os outros homens que também circulam e representam a cidade.

Questionar a qualidade de Debussy ou de Louis Armstrong já foi vista como “insuficiente, ridículo mesmo” (Morin, 1977), porém foi a intenção de vários autores da área da comunicação e não pretendemos estender esta discussão. Montaram-se verdadeiros julgamentos em relação à cultura de massa. Podemos revisitar essas posturas lendo autores da década de 60, 70, 80 e mesmo obras anteriores a esses períodos. Edgar Morin, Umberto Eco e Marcuse, passando por Benjamin são alguns desses autores que fizeram o percurso intelectual mostrando de maneira clara e pormenorizada uma reflexão que pôde nos orientar na direção de uma crítica substancial sobre os valores estéticos, morais ou políticos da cultura de massa.

A cultura de massa seria uma antagonista da cultura popular dentro de uma história que se representava a partir de apenas uma parcela da população, expressando uma luta de forças simbólicas entre opressores e oprimidos. Os discursos dos homens que reclamavam do esvaziamento da dita cultura popular, de seu esfacelamento e de sua destruição nasceram nas universidades. Porém, do outro lado da história, do lado de fora dos muros da academia, isto é, nas ruas, os elementos de várias culturas não pararam de se misturar (Chartier, 1995). A história em migalhas (Dosse, 2003) hoje pode vislumbrar o que se construiu como representação de sociabilidade a partir do cotidiano banal de todo mundo. Não se espera mais apenas a compreensão dos fatos a partir dos grandes discursos legitimadores da “história oficial”.

Essa discussão em torno das misturas ou das homogeneidades culturais que se elaborou ao longo dos tempos não é uma questão recente, da modernidade atual. Para não voltarmos muito longe na “representação” da descoberta da cultura original e tradicional de um povo retrocederemos no tempo apenas em um curto espaço em nosso texto.

Os costumes amalgamados das diversas culturas que passaram e se ancoraram em nosso território estão representados na obra, com textos selecionados por Sílvio



Romero, intitulada *Contos populares do Brasil* (2000). Neste livro podemos perceber a influência da colônia presente nos contos populares na terra dos colonizadores. Índios, negros e europeus se misturam no imaginário da origem do popular. No campo da representação do popular na literatura podemos ainda citar os Irmãos Grimm, na Alemanha, na busca de construir a origem de seu país através dos contos que circulavam de forma oral entre a população. Podemos perceber nitidamente como os contos alemães estão próximos dos criados na literatura Italiana. No livro de Ítalo Calvino (1992) sobre as fábulas italianas, podemos constatar essa mistura de origem. Todas essas obras mostram como somos instigados pelos elementos das culturas que são produzidas pelos outros, pelos diferentes.

Podemos encontrar uma tentativa de purificação das culturas e de compartimentalizações de elementos de pertença que separavam culturas, a partir da civilidade que vinha da corte que se estabeleceu no Brasil. Pode-se ver nas três formas de sociabilidade no Brasil colonial (Pechman, 2002) uma cultura original que nasce nas ruas, no cotidiano banal e compartilhado por todos de todas as classes.

Constata-se uma sociabilidade vibrante que se estabelece no Rio de Janeiro que recebia d. João VI, que aqui desembarcou com seus nobres, seus livros e suas idéias para construir a capital do Império português. Podemos observar olhando a cidade pelo viés histórico o registro de três sociabilidades nas ruas cariocas. Dá-se a mistura da sociabilidade negra que se aproveitava das brechas da cidade, em seguida da sociabilidade “pequena burguesa” que circulava pelas ruas, pelos sobrados e pela vizinhança e finalmente a sociabilidade da corte que “auria seu fascínio dos círculos fechados da “nobreza”.(Pechman, 2002, p.15)

Era uma cidade em construção, de sociabilidade estranha a tudo que acontecia alhures no mundo. Éramos uma colônia com um rei. Uma corte no paraíso tropical se instalou causando novas perspectivas para o convívio dos homens que viviam nessa cidade.

Um novo destino se modelou, no século XIX, para a cidade, pois novas formas de sociabilidades estabeleciam uma representação do Rio de Janeiro que priorizava o processo civilizatório. Uma ordem cortesã começou a se desdobrar e dar início a uma ordem urbana que se caracterizava pelo confuso, pelo caleidoscópico e pela polifonia. Podemos dizer, porém, que somos constituídos por uma sociabilidade formada por “uniões paradoxais”, pois não abandonaríamos a sociabilidade que se estabeleceu na “casa grande” para passar a ter apenas uma sociabilidade de sobrados com o intuito de



formar e obedecer a um projeto de sociabilidade urbana e civilizada. Éramos fundados por misturas originais.

Foi no Rio de Janeiro, com certeza, que se criou um modelo cortês que se irradiou por todo o Brasil. A “cidade-capital” estava esculpida. Fomos a sede da autoridade, o lugar da administração pública e monopolizávamos a arte, os templos de “cultura”. Fundamos aqui, nessa cidade, “um núcleo da sociabilidade intelectual e da produção simbólica, representando, cada uma à sua maneira, o papel de foco da civilização, núcleo da modernidade, teatro do poder e lugar de memória” (MOTTA, 2004, p.9). Este processo de ordenação pela qual passou a cidade está registrado em vários documentos que apontam a criação de processos institucionais que supostamente colocariam o Rio de Janeiro como lugar de destaque dentre as grandes capitais. Porém, o processo de sociabilidade mundana não possui registros seguros. Uma parte da população claramente não tinha espaço para construir uma cidade própria. A rua como cenário de encontros banais entre homens comuns não aparece documentada como elemento de relevância histórica.

No século XVIII já temos o início do que se poderia considerar uma nação civilizada. O país era uma preocupação e objeto de discussão para os intelectuais brasileiros que tinham tido sua formação em Paris, Coimbra ou Estrasburgo. Os nossos ilustrados voltaram à terra com idéias geradas no mundo científico europeu e a partir desse modelo se funda em 1772 a Academia Científica do Rio de Janeiro.

O nascimento do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB), no século XIX, marca definitivamente a história da cidade a partir de um discurso nacional que uniria a nação. Uma grande história nacional estava pronta para ser difundida e legitimada pelo IHGB. Nesse período as instituições foram criadas em profusão. Temos, apenas para exemplificar como a representação de país civilizado foi criada, a inauguração do Arquivo Público (1838), o Museu Imperial (1842) e o Colégio D. Pedro II (1837). É com segurança que tais instituições mascararam a miscigenação, os conflitos, o cotidiano.

Os elementos culturais deveriam se acomodar em torno de uma identidade comum formando idealmente a imagem do Brasil como uma nação civilizada. Domesticaram-se as sociabilidades mundanas, plurais e permissivas. Poderíamos apagar da história a sociabilidade que se definia pela ambigüidade e pela indefinição. A partir dessa sociabilidade que se estabeleceu em um longo processo de criação de várias institucionalizações, como já vimos, a informalidade estaria descartada e eliminada.



Imaginava-se ser possível instaurar uma sociabilidade para todas as outras morrerem ou se apagarem. É sempre bom lembrar, porém, que somos herdeiros da “imoderada sociabilidade” dos senhores de engenho (Freyre, 1975).

O mundo se constituiria entre as idéias antagônicas de ordem e desordem. As interações sociais eram mediadas por todo um aparato de controle fomentando as representações do que seria a legalidade e a ilegalidade, o bem e o mal, o maléfico e o benéfico. São essas representações seguras que hoje vemos entrar em processo de se esfumarem, se baralhar, se estilhaçar. Os atores sociais que ficaram de fora do processo de formação institucional da sociabilidade urbana agora estão mostrando ao todo social como variadas sociabilidades sempre estiveram vibrantes e presentes na cidade, mas que apenas nunca tinham sido registradas como valorosas ou qualificativas para a constituição do retrato da cidade.

Cultura, Tradição e Sociabilidade de Resistência

Uma das referências que usamos para compreender a cultura é a tradição. “A tradição procura paralisar a história, invocando a memória coletiva como instituição privilegiada de autoridade...” (Ortiz, 2000, p.183). Para Renato Ortiz a Modernidade ameaça e desloca essa fonte de legitimação. O autor afirma que não só na Europa, mas na América Latina a crise de legitimidade das culturas populares é visível. Neste panorama as tradições populares só existem como fato social e as culturas plurais que as constituem são permanentemente ameaçadas pelo Estado-nação e pelas indústrias culturais.

Hoje a tradição se sustentaria pela introdução da economia monetária envolvida em sua divulgação. O culto, segundo Ortiz, se transformaria apenas em festa e a cultura popular tradicional se fragmentaria cada dia mais intensamente e de maneira irreversível. Acreditamos, ao contrário desta colocação, que a festa pode ser considerada como um vetor de comunhão afirmando a característica fundadora das “sociedades populares”. O dado de pluralidade ou o de fragmentação na fundação das culturas não é novidade. Sabemos há muito tempo que a originalidade fundadora de uma cultura nada mais é que uma invenção de tradição para sustentar a união de uma comunidade imaginada. Não consideramos a possibilidade de existência de permanência ou mesmo de homogeneidade na constituição da cultura.

Afirmamos que o “capital cultural” não está apenas nas mãos de determinados homens de poder. Esse “capital”, suficiente para a compreensão da vida que se



desenrola nas ruas, não está presente apenas no universo criado por um pequeno grupo de proprietários que sustentam certas instituições para o controle de saber. Ação e conhecimento caminham juntos, se misturam e dão sentido ao cotidiano compartilhado. A noção de rede de amizades, por exemplo, pode ser interessante no sentido de oferecer diversas informações aos seus membros, mesmo sendo elas desconexas, baralhadas ou superficiais. As redes servem para mostrar a luta de poderes simbólicos na construção da representação da cultura popular.

Renato Ortiz utiliza o termo *diglossia social*, inspirado pela *lingüística*, para falar sobre os elementos pertencentes a uma cultura local se misturando a outros pertencentes a uma cultura industrial que é velozmente espalhada pelo mundo. Esta mistura poderia liberar o indivíduo de suas referências de “origem social”, mas o reagruparia em “estilos de vida”.

É interessante observar como Ortiz se coloca diante do processo de oposição entre cultura erudita versus cultura popular que se construiu socialmente na modernidade e que hoje se dilui na visão ainda dualística de mundo guiado pelos “estilos de vida”. Agora estaríamos separando o mundo entre “os que saem muito” versus “os que permanecem em casa”. Este pensamento se aproxima muito do mundo construído por Zygmunt Bauman (1999) onde os atores se dividem entre “vagabundos” e “turistas”. Os primeiros viveriam das migalhas deixadas pelos turistas nos lugares por onde circulam. Alguns homens detêm o poder de mobilidade enquanto outros seres se ancoram e apenas sobrevivem de restos. Esta imagem da sociabilidade européia é incapaz de representar a interação social carioca que se experimenta na efervescência das ruas da cidade. No Rio de Janeiro, no centro agitado por diversos e múltiplos encontros entre os mais variados tipos, os nossos adoráveis vagabundos criam de maneira partilhada histórias miúdas que enfeitam, problematizam e atravessam o nosso cotidiano.

Não pretendemos nos aprofundar no resignificado do termo *tradição* para explicar a sociabilidade na cultura popular contemporânea. O que nos interessa é perceber que existe no encontro banal, na interação localizada espacialmente na cidade, na convivência diária, na ocupação partilhada pelo povo um dado de resistência à velocidade do tempo que passa. É uma resistência que se ancora nas expressões de sua própria história de solidariedade, de hábitos e de tradições.

Para Maria Celina D’Araujo (2003, p.10) a idéia de “capital social” é a capacidade de uma sociedade estabelecer laços de confiança interpessoal e de redes de



cooperação com vistas à produção de bens coletivos. Em oposição a esse pensamento estaria, para a autora, o “avesso do capital social” para tratar das questões de associações criminosas. Porém, ao nosso ver, o que caracterizaria o “capital social” são elementos que hoje só encontramos no espaço do comércio da informalidade, são eles: “confiança, normas e cadeias de reciprocidade e sistemas de participação cívica” (p.19).

É importante ressaltar que a cidadania está presente nas participações diárias que criam a desestabilidade de lugares de identidade e de atividade social nas negociações cotidianas com as instituições do Estado.

É no espaço de ancoragem popular onde localizamos o exercício do que Milton Santos nomeia de contra-racionalidade. É no espaço cotidiano e construído na horizontalidade onde encontramos as negociações e os jogos de forças que resistem às imposições dos processos homogeneizantes gerados nos espaços verticais onde estão presentes as empresas com seus grandes negócios, o mundo do direito, os homens que supostamente seriam poderosos e os gerenciamentos objetivos do tempo da produção. O exercício da contra-racionalidade serve para resistir aos processos “globalitários”, mesmo aqueles oriundos de países que se consideravam centrais durante a modernidade.

A dimensão comunitária da sociabilidade popular leva em consideração várias fontes de saber para gerar o conhecimento sobre a cidade. Esta sociabilidade que pratica a contra-racionalidade não dispensa os elementos da alta tecnologia que foram criados pelas grandes empresas que frequentam o espaço da verticalidade. É por causa dessa sociabilidade popular e criativa que podemos ter acesso ao universo de informações em fluxos acelerados. As novas articulações de poderes descentralizam saberes que há até bem pouco tempo legitimavam o conhecimento que se tinha sobre a formação da sociabilidade comunitária popular. No espaço cotidiano, na horizontalidade contra-racional permissiva, algumas noções consideradas no mundo acadêmico como “clássicas” deverão ser redimensionadas. As interações que fortalecem a coesão social contemporânea se solidificam na ancoragem de determinados atores sociais considerados inexpressíveis para falar sobre a cultura na cidade moderna.

No imaginário da cultura popular está presente de forma marcante o elemento da velocidade que foi gerado na modernidade e desenvolvido pelas novas tecnologias da informática e nanotecnologia. O povo que frequenta o camelódromo não menospreza a celeridade da informação com toda a sua parafernália tecnológica para a formação da cultura que se constrói lentamente na horizontalidade do cotidiano. A coesão do povo é alimentada pela produção da pirataria doméstica. Esta produção caseira está gerando



efeitos socioculturais inéditos e o seu componente de sedentarismo oferece uma maneira inusitada para se pensar a cultura popular.

Referências bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BURKE, Peter. *Cultura popular na Idade Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CALVINO, Ítalo. *Fábulas Italianas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

CANELO, Maria José. *Carey McWilliams e a idéia da cidadania cultural nos anos 40 e 50*. Centro de Estudos Sociais. Laboratório Associado. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. www.ces.fe.uc.pt/publicacoes/oficina/199/199.php

CHARTIER, Roger. “Cultura popular”: Revisitando um conceito historiográfico. *Estudos Históricos*, v. 8, n. 16, p. 179-192, 1995.

D’ARAUJO, Maria Celina. *Capital Social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

DOSSE, François. *A História em migalhas: dos Annales à Nova História*. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

FREYRE, Gilberto. *Casa-grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. Rio de Janeiro: José Olympo, 1975.

GRIMM, Irmãos. *Contos de Fadas*. São Paulo: Editora Iluminuras, 2000.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo I – Neurose*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.

MOTTA, Marly. *Rio, cidade-capital*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PECHMAN, Robert Moses. *Cidades estreitamente vigiadas: o detetive e o urbanista*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2002.

ROMERO, Sílvio (seleção e organização). *Contos populares do Brasil*. São Paulo: Landy, 2000.



SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.