

O agente-comunicador Manoel do Côco: o Encantador de Gente¹

Emanuele de Freitas BAZÍLIO²

Beatriz Lima de PAIVA³

Itamar de Moraes NOBRE⁴

RESUMO

Este artigo visa perfilar o músico, poeta e repentista Manoel do Côco, representante legítimo da cultura popular nordestina, à luz dos estudos da folkcomunicação, teoria de Luiz Beltrão que estuda o reconhecimento dos processos comunicacionais a partir de representações culturais. Para tal, destaca-se a trajetória do artista e a identificação do mesmo como agente-comunicador, o qual contribui para a manutenção do patrimônio de tradições potiguar. O estudo em questão foi elaborado a partir das técnicas de observação, entrevista e pesquisa dos acervos do artista.

PALAVRAS-CHAVE: Memória cultural; Folkcomunicação; Agente comunicador; Manoel do Côco.

1 INTRODUÇÃO

Manoel Francisco Bazílio nasceu em 20 de julho de 1947 na cidade de Barcelona/RN⁵, localizada a aproximadamente 100 km da capital do estado, Natal. Filho

¹ Trabalho apresentado no GT 03 (Conteúdos da Folkcomunicação) da XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. E-mail: manufreitass2@hotmail.com.

³ Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Pragmática da Comunicação e da Mídia (PRAGMA). Email: beatriz_lima2@hotmail.com.

⁴ Docente e pesquisador do Departamento de Comunicação Social (DECOM) e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisador do Grupo de Pesquisa PRAGMA - Pragmática da Comunicação e da Mídia e do Grupo de Pesquisa Cultura, Política e Educação (CCHLA/UFRN). Pesquisador do OBES - Observatório Boaventura de Estudos Sociais, em convênio com o Centro de Estudos Sociais (Universidade de Coimbra-Portugal). Membro do Núcleo de Pesquisa: Fotografia, da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Membro da REDE FOLKCOM – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. Membro da RPCFB - Rede de Produtores Culturais da Fotografia no Brasil. Email: itanobre@gmail.com.

⁵ De acordo com o IBGE, a Área da unidade territorial (ano de 2015 - km²) detinha 152,626 e a população do município foi estimada (2016) em 4.065 habitantes. Disponível em: < <http://cod.ibge.gov.br/9GK> > Acesso em: 12 abr. 2017.

de um humilde contador de causos, ele cresceu convivendo de maneira direta com representações características da cultura popular nordestina⁶.

Suas rimas são compostas por temáticas variadas, detêm caráter educacional e ultrapassam a barreira local, alcançando os mais diversos públicos. Os seus registros artísticos também foram elaborados a partir da improvisação.

Seu nome expressa também a sua arte: conhecido nacionalmente como “Manoel do Côco”⁷, o poeta, repentista e embolador de coco iniciou sua carreira aos 40 anos de idade. O estudo em questão retrata o artista à luz da teoria da folkcomunicação, de Luiz Beltrão e, dessa forma, apresentaremos a sua obra e os elementos folkcomunicacionais que o caracterizam enquanto agente-comunicador – os quais são representantes populares que realizam a comunicação no âmbito popular.

Figura 01 – O artista Manoel do Côco. Natal, 2013.



Fonte: fotografia de Canindé Soares.

Como agente-comunicador, Manoel do Côco sempre levou os anseios pessoais e de seu povo para a sociedade, atuando dessa forma como um *líder de opinião* – teoria que abordaremos no decorrer deste artigo. Manoel utilizou-se da sua arte para enaltecer

⁶ Informação verbal. Depoimento cedido à entrevistadora Emanuele de Freitas Bazílio, na cidade de Natal, em maio de 2014.

⁷ Nome artístico adotado pelo repentista desde o início de sua trajetória artística e profissional.

a cultura popular e as reivindicações do povo em suas músicas, rimas, cordéis, poesias e repentos.

A presença desses líderes/agentes-comunicadores pode ser identificada de maneira comum no contexto social nordestino. Eles estão em diversos âmbitos e fazem chegar à sociedade, no geral, as mensagens que desejam propagar. Por se tratar de uma região caracterizada pela forte valorização cultural, visualiza-se o crescente surgimento de repentistas, poetas, cordelistas, e a sua identificação enquanto fonte de inspiração e “encanto”. Dessa forma, o repentista Manoel do Côco é retratado como sendo um “encantador de gente”. Seus versos propiciam uma conexão com a realidade da região e da população brasileira, caracterizando assim, a representação social através do agente-comunicador.

2 BREVE BIOGRAFIA

Ressaltam-se, nesse tópico, informações relevantes acerca da vida do artista, as dificuldades que o mesmo enfrentou e as motivações para seguir em frente: a sua família e sua arte.

Diante de poucas condições financeiras, Manoel não teve a oportunidade de frequentar a escola, portanto, cresceu analfabeto. No entanto, esse fator não o impediu de realizar o seu maior desejo, “entender as letras que tanto o encantavam”, e esse objetivo foi alcançado, aos 18 anos, quando o artista aprendeu sozinho a ler e escrever⁸.

De origem humilde, o poeta reconheceu através da beleza de sua arte a oportunidade de “vencer na vida”. Por se tratar de uma atividade que o acompanhava desde a juventude, Manoel escrevia versos e, através de repentos, cordéis ou poemas, externava a sensibilidade que existia em si, mesmo diante das dificuldades características da vida do homem tradicional que trabalha na roça.

Embora não tenha tido acesso aos estudos, em sua trajetória artística, o repentista gravou oito discos e um DVD que retratam histórias de lugares, os encantos da natureza e costumes do povo. Em sua vasta obra o artista ressaltava, ainda, o orgulho de ser potiguar. Como pode ser visualizado a seguir:

⁸ Informação verbal. Depoimento cedido à entrevistadora Emanuele de Freitas Bazílio, na cidade de Natal, em junho de 2014.



**XVIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Recife-PE, 02 a 05 de maio de 2017 – UFRPE/FACIPE**

Minha terra – Manoel do Côco

Quero homenagear
A minha cidade natal
Que é muito especial
E ninguém pode negar
Também parabenizar
Pelos quatrocentos anos
Seu presente soberano
Sua história consagrada
Como eu te amo Natal
A minha cidade amada

Sou brasileiro, nordestino e potiguar (REFRÃO)

O meu Rio Grande do Norte
Eu agora vou cantar
E também quero mostrar
Aqui o seu ponto forte
Nosso povo tem mais sorte
Pois crescemos todo dia
A nossa economia
Nosso desenvolvimento
Nosso estado no país
É o melhor do momento

O início de sua carreira é marcado pela apresentação irreverente, percorrendo bares nas praias de Natal e embolando o coco “de mesa em mesa”, levando sua arte e seu conhecimento aos turistas que visitavam a capital do Estado.

Conhecido por ser uma figura carismática e popular – características herdadas pelo multiculturalismo advindo através de seu pai – Manoel versava sobre o nordeste e as angústias do seu povo para os mais diversos âmbitos da sociedade.

Figura 02 – O artista Manoel do Côco “encantando gente”. Natal, 2014.



Fonte: fotografia de Cláudio Abdon

Em sua trajetória artística e profissional, Manoel trabalhou por 22 anos como a atração principal em uma casa de show de relevância na cidade do Natal, a “Zás-Traz”, que não mais opera na cidade. Após o fechamento do “Zás-Traz”, o mesmo passou a se apresentar em um bar na Praia de Ponta Negra e também no Iate Clube de Natal. Para desenvolver esse trabalho, uma de suas motivações era viabilizar o sustento da família, no entanto, segundo o repentista, essa não foi a principal função, sua intenção primordial era, acima de tudo, a disseminação da cultura do repente na sociedade.

Dentre as formas de expressão do artista, o repente⁹ destaca-se como a que mais o caracterizava. Segundo Manoel do Côco¹⁰ “em meio a tantas palavras algumas combinam com outras e outras não. O fazedor de repente (repentista), tem em sua mente a missão de levar a vida em forma de versos”. Seus repentes são compostos de linguagem regional e coloquial, o que os tornam um emaranhado de variações

⁹ O repente nasce da união de palavras que são acumuladas nas mentes dos repentistas. Dá-se o mote (tema) e desenvolvem-se as rimas. É comum que o artista não seja apenas repentista, mas que também componha poemas baseados na literatura de cordel – a “literatura de cordel tem sido considerada, sistematicamente, porta-voz ideal dos anseios do povo” Marques de Melo (2008, p. 120) – que abordam, também, temas de relevância social.

¹⁰ Informação verbal. Depoimento cedido à entrevistadora Emanuele de Freitas Bazílio, na cidade de Natal, em junho de 2014.

linguísticas e de representatividade social. Muitos deles não foram colocados no papel, eram gravados em sua memória ou, ainda, criados com o raciocínio rápido que possuía¹¹.

Em se tratando do processo criativo de Manoel do Côco, este se dava através de momentos de tranquilidade, durante a madrugada ou no início da manhã. Como inspiração, utilizava-se de expoentes da cultura popular como Patativa do Assaré¹², Ariano Suassuna¹³ e Câmara Cascudo¹⁴. Autodidata, muito do que sabia devia-se aos livros, revistas, jornais, mapas, ou fontes de informação que proporcionavam o aprofundamento sobre determinado assunto, ele detinha a curiosidade como maior aliada ao criar suas histórias¹⁵.

Sua carreira possibilitou que o repentista viajasse por todo o Brasil para disseminar suas rimas e representar o seu estado. Manoel do Côco faleceu em janeiro de 2015, e os anos de dedicação à sua carreira resultaram num vasto e significativo acervo.

3 CONCEITUAÇÃO SOBRE A FOLKCOMUNICAÇÃO

Busca-se neste tópico discorrer acerca da teoria da Folkcomunicação e o reconhecimento do artista em destaque enquanto participante do processo folkcomunicação, como agente-comunicador.

Marques de Melo (2008, p. 17) enfatiza a significação da Folkcomunicação ao explicar que: “é uma disciplina que se dedica ao ‘estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias’”. Temos que a compreensão do processo comunicativo do artista Manoel do Côco requer a identificação sobre as mensagens e os elementos simbólicos característicos utilizados em sua apresentação.

¹¹ Informação verbal. Depoimento cedido à entrevistadora Emanuele de Freitas Bazílio, na cidade de Natal, em junho de 2014.

¹² Patativa do Assaré (1909-2002) foi um poeta popular, compositor, cantor e repentista brasileiro. Foi um dos maiores poetas populares do Brasil. Com uma linguagem simples, porém poética, retratava a vida sofrida e árida do povo do sertão. Disponível em: < https://www.ebiografia.com/patativa_assare > Acesso em: 12 de abr. 2017.

¹³ Ariano Vilar Suassuna (1927-2014) foi um escritor, poeta, romancista, ensaísta, dramaturgo, professor e advogado brasileiro. Em 1989, foi eleito para a cadeira nº 32 da Academia Brasileira de Letras. Em 1993, foi eleito para a cadeira nº 18 da Academia Pernambucana de Letras e em 2000, ocupou a cadeira nº 35 da Academia Paraibana de Letras. Disponível em: < https://www.ebiografia.com/ariano_suassuna/ > Acesso em: 12 de abr. 2017.

¹⁴ Luís da Câmara Cascudo (1898-1986) foi um folclorista, historiador, professor e jornalista brasileiro. Foi um dos mais importantes pesquisadores das manifestações culturais brasileiras. Disponível em: < https://www.ebiografia.com/lu_s_da_c_mara_cascudo > Acesso em: 12 de abr. 2017.

¹⁵ Informação verbal. Depoimento cedido à entrevistadora Emanuele de Freitas Bazílio, na cidade de Natal, em junho de 2014.

O autor discorre ainda que esta é uma disciplina fundada por Luiz Beltrão e seu marco teórico encontra-se na tese de doutorado do mesmo, a qual foi intitulada de: *Folkcomunicação – um estudo dos Agentes e dos Meios Populares de Informação de Fatos e Expressão de Idéias* e defendida na Universidade de Brasília no ano de 1967. Entretanto, na primeira edição da revista Comunicação & Problemas¹⁶, o mesmo autor já suscitava o olhar para pesquisas dessa linha, ao apontar, em seu artigo sobre o “ex-voto”¹⁷, a necessidade dessa abordagem:

Das conversas de boca de noite, nas pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; da troca de informações trazidas pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo “bicheiro”, ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira [...] - é que a semente da informação germinou no espírito dos analfabetos. (BELTRÃO, 1965, p.10 *apud* MARQUES DE MELO, 2008 p.19).

De acordo com o autor, tem-se ainda que o entendimento sobre o conceito inovador de Beltrão - o qual menciona que estudos já haviam sido desenvolvidos acerca da relevância desse tipo de representação que abarca a vasta área da cultura, estes, aplicados na Antropologia, Sociologia, e por folcloristas. No entanto, o pioneirismo de Beltrão deu-se pela aplicação dos estudos na área da comunicação, como visualizado em:

Pois é tempo de não continuarmos a apreciar nestas manifestações apenas os seus aspectos artísticos, a sua finalidade diversionista, mas procuramos entendê-las como a linguagem do povo, a expressão do seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais e dirigentes. Esse sentido camuflado, que não é raro escapa ao próprio estudioso dos fenômenos sociológicos, é, contudo, perfeitamente compreendido por quantos tenham com os comunicadores aquela experiência sociocultural, condição essencial a que se complete o circuito de

¹⁶ Segundo Marques de Melo (2008, p. 19), a revista Comunicação & Problemas é um: “periódico que inaugurou a disseminação das ciências da comunicação no Brasil. O título do trabalho escrito por Beltrão na ocasião, foi: “O ex-voto como veículo jornalístico”, no ano de 1965.

¹⁷ Quadro, imagem ou inscrição que se oferece numa igreja ou numa capela para comemorar um voto ou desejo atendido. É um agradecimento por qualquer intervenção miraculosa ou grande graça recebidas. A oferta é prometida ao santo de especial devoção. Os ex-votos podem ser classificados como antropomorfos, zoomorfos, especiais ou representativos de valor, e simples. Antropomorfos são os que representam o corpo humano, no todo ou em parte. Zoomorfos são as representações de animais. Ex-votos especiais ou representativos de valor são as promessas pagas em espécie milho, feijão, ovos, até jóias que, convertidas em dinheiro irão beneficiar a manutenção do culto. Simples são os que não podem ser encaixados em nenhuma das outras classificações. Os ex-votos são obras de arte popular. Disponível em: < <http://www.dicio.com.br/ex-voto/> > Acesso em: 12 de abr. 2017.

qualquer processo comunicativo. (BELTRÃO, 1965, p. 10 *apud* MARQUES DE MELO, 2008, p.19)

Como importante parte constituinte do processo folkcomunicação, destaca-se a questão do líder de opinião. Para significar a figura deste, discorre Beltrão (1980):

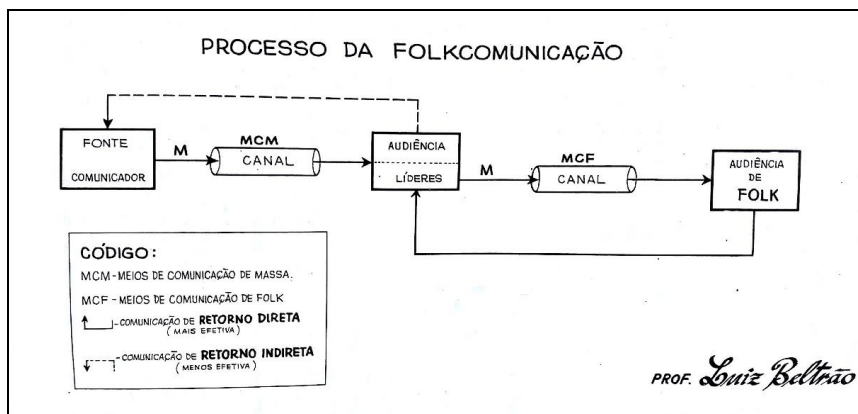
[...] a identificação do *líder de opinião* como agente-comunicador do sistema de Folkcomunicação foi o ponto de partida do trabalho desenvolvido por quantos se dedicaram à busca e análise dos agentes e usuários do processo, das modalidades e dos feitos da grande corrente paralela de mensagens que permitirá o conhecimento das expressões do pensamento popular, do seu intercâmbio de idéias e, afinal, das tentativas de uma convivência, quando não da integração, entre grupos tão fundamentalmente distanciados. (BELTRÃO, 1980, p. 31, grifos do autor).

De tal forma, Souza (2005, p. 01) destaca que o líder de opinião detém: “[...]imprescindível importância a ser considerada no processo comunicacional, pois ele é o receptor imediato dos *mass media*.”. Portanto, este sofre uma influência direta dos meios de comunicação de massa, entretanto, faz-se realizar através também de meios intermediários (ORTRIWANO, 1998).

Beltrão retrata que a partir da identificação do processo folkcomunicação, tem-se que uma fonte transmite uma mensagem (M) através de um canal, este, representado pelos meios de comunicação de massa (MCM), até uma audiência, onde encontram-se os líderes de opinião - intitulados por Beltrão como *líderes-comunicadores*. Entretanto, nesse ponto do processo folkcomunicação, tem-se o início de um novo ciclo no fluxo da mensagem. Os líderes se tornam comunicadores e transmitem uma mensagem através de um meio de comunicação folk (MCF) até a audiência folk. (CORNIANI; BONITO, 2006).

O processo Folkcomunicação passa por todas as etapas e constitui-se como um processo horizontal e artesanal. No qual a própria população cria uma mensagem que é transmitida por um emissor e direcionada para o canal final, sendo esse, a sociedade no geral.

Figura 03: O Processo da Folkcomunicação.



Fonte: Beltrão (1980, p.34)

Temos ainda, a partir de Ribeiro (2010) que, através de estudos posteriores que visaram o aprofundamento nas pesquisas iniciais de Beltrão, estes retrataram que os processos comunicacionais não apenas se referem à recodificação das mensagens da cultura de massa, mas também ao que se constitui no caminho inverso, interpretando a forma com que a indústria cultural se apropria das significações da cultura popular. No âmbito desse processo e a partir do esquema visualizado anteriormente, temos ainda o destaque de Beltrão (1980) para:

O comunicador de folk tem a personalidade característica dos líderes de opinião identificada (e nele, talvez, ainda mais aguçada) nos seus colegas do sistema de comunicação social: 1) prestígio na comunidade, independentemente da posição social ou da situação econômica, graças ao nível de conhecimentos que possui sobre determinado(s) tema(s) e à aguda percepção de seus reflexos na vida e costumes de sua gente; 2) exposição às mensagens do sistema de comunicação social, participando da audiência dos meios de massa, mas submetendo os conteúdos ao crivo de idéias, princípios e normas do seu grupo; 3) freqüente contato com fontes externas autorizadas de informação, com as quais discute ou complementa as informações recolhidas; 4) mobilidade, pondo-se em contato com diferentes grupos, com os quais intercambia conhecimentos e recolhe preciosos subsídios; e, finalmente, 5) arraigadas convicções filosóficas, à base de suas crenças e costumes tradicionais, da cultura do grupo a que pertence, às quais submete idéias e inovações antes de acatá-las e difundil-as, com vistas a alterações que considere benéficas ao procedimento existencial de sua comunidade (BELTRÃO, 1980, p. 35).

Cervi (2007) discorre que os líderes de opiniões na Folkcomunicação atuam como agentes culturais que recebem da mídia as mensagens por integrantes de segmentos populares.

A este atribui-se o reconhecimento da capacidade em recodificar as mensagens e transformar a propagação de sua significação para a compreensão de diferentes audiências.

4 O AGENTE COMUNICADOR MANOEL DO CÔCO

Os agentes-comunicadores são os representantes sociais de suas cidades, comunidades e todos os âmbitos sociais no qual estão envolvidos. Eles levam a informação por meio da comunicação interpessoal – no caso do repentista, o repente – para a sociedade, pela linha informacional de sua própria cultura. Analisando o sistema de folkcomunicação proposto por Beltrão, percebemos que existe uma troca de informações entre o agente-comunicador e o meio no qual ele está inserido. O repentista Manoel do Côco produz suas rimas baseado nas experiências vividas, nos causos contados pelo povo e nas próprias características de cada lugar. Dessa forma, o papel desse agente comunicador é não somente difundir a cultura e as informações por meio de seus repentes, como também receber influências e conhecimento do seu público, completando assim o sistema folkcomunicacional. Dessa forma:

As manifestações são sobretudo resultado de uma atividade artesanal do agente-comunicador, enquanto seu processo de difusão se desenvolve horizontalmente, tendo-se em conta que os usuários característicos recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de sua difusão. (BELTRÃO, 1980, p. 27).

Entendemos assim, que a atividade artesanal citada, partindo do princípio de análise da vida do poeta Manoel do Côco, é o repente. Desse modo, o repente como mensagem de forma horizontal, de pessoa para pessoa, tem o objetivo de representar o povo, disseminar a cultura e comunicar assuntos pertinentes aos mais diversos temas ao meio que pertence, dentro de seu próprio código, ou seja, linguagem.

Como agente-comunicador, Manoel do Côco, tem seu papel de comunicar algo, a forma escolhida por ele – o repente – por ser uma cultura tipicamente popular e, portanto, fora da grande mídia, tem sua função de denúncia. Essa função é evidenciada em seu último CD, no qual o poeta possui poemas e repentes que falam sobre as manifestações e revoltas populares que ocorreram no ano de 2013 por todo Brasil – com destaque para Natal, cidade onde o artista residia. Segundo Marques de Melo: “a

literatura de cordel tem sido, sistematicamente, porta-voz dos anseios do povo” (MARQUES DE MELO, 2008, p. 120).

A relação da cultura popular e dos agentes-comunicadores com a mídia é estreita. A reprodução das mensagens para a sociedade não é elaborada de maneira fidedigna e, é nesse momento que se ressalta a importância dos agentes-comunicadores, que transformam-se através da folkcomunicação em uma “mídia alternativa”. Diante desse fator, Manoel do Côco é caracterizado como um representante dessa mídia alternativa, divulgando por meio de seu trabalho a cultura popular que não é disseminada na grande mídia.

Portanto reconhecemos, dessa forma, que a condição comunicante estabelecida no processo de apresentação do artista em questão revela, em sua narrativa, a identificação do mesmo como agente-comunicacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do que fora apresentado, pode-se concluir que as contribuições do repentista Manoel do Côco detêm grande relevância não somente para o Estado do Rio Grande do Norte como também para a formação do patrimônio cultural nordestino. O conteúdo de suas mensagens contempla uma temática variada, que vai desde as belezas naturais e práticas culturais diversas, ultrapassando a barreira local e alcançando os mais diversos públicos. Além dos repentes versificarem mensagens de caráter educacional/histórico-cultural, ainda utiliza-se para a denúncia da realidade. Alguns de seus versos são feitos com base na realidade e situação atual de Natal, do Nordeste e do Brasil, falando de secas, fome, corrupção e tantos outros assuntos, que em forma de repentes constituem uma grande crítica social e política.

A arte de Manoel do Côco detém admiradores que possuem as mais diversas faixas etárias. De tal forma, o artista desperta o olhar de jovens e adultos para que também apreciem a cultura popular. A participação como jurado principal de uma competição de cordéis realizada pelo Instituto Federal do Rio Grande do Norte (IFRN) - na qual os competidores, que eram os próprios alunos, baseavam-se em alguns poemas do próprio artista e de outros repentistas para desenvolverem livretos de cordéis -, destacou a sua relevância no incentivo ao surgimento de novos poetas potiguaros.

De tal forma, reconhecemos ainda que a realização do resgate cultural para a prevalência do patrimônio tradicional é de suma importância, papel esse desempenhado por Manoel com maestria.

Conclui-se, então, que através de seu trabalho, o artista potiguar Manoel do Côco foi um meio de comunicação que expressou os anseios do povo para a esfera pública, versificando as características de uma cultura marginalizada e, para tal, é o próprio canal que reúne o conjunto de expressões a serem veiculadas.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: A comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.
- CERVI, Emerson Urizzi. Líder de Opinião. In: GADINI, S. L. & WOITOWICZ, K. J. (Orgs.) **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2007, p. 39-43.
- CORNIANI; BONITO, Marco Antônio. Folkcomunicação e Orkut: os culturalmente marginalizados. In: SCHMIDT, Cristina (Org). **Folkcomunicação na arena global**: avanços teóricos e metodológicos. São Paulo: Ductor, 2006, p. 221-230.
- MARQUES DE MELO, José. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Ed. Paulus, 2008.
- ORTRIWANO, Gisela. **Interatividade entre Rosas e Espinhos**. In: Revista Novos Olhares, São Paulo: ECA/USP, Ano 1, nº 2, 2º Semestre de 1998, p. 13-30.
- SOUZA, Maria Isabel Amphilo Rodrigues de. **Folkcomunicação, a mídia dos marginalizados**. In: Seminário WACC/Unesco/Metodista de Mídia Cidadã, 2005, São Bernardo do Campo. Portal da Mídia Cidadã, Brasil, Século XXI - online. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação, 2005. Disponível em: < http://www2.metodista.br/unesco/agora/mapa_animadores_ativistas_maria.pdf > Acesso: 02 abr. 2017.
- RIBEIRO, Roberto Pazos. **São João da Bahia**: uma estratégia de folkmarketing voltada para o turismo. Ilhéus, BA: UESC, 2010.xiii,107f.:il Disponível em: < <http://www.biblioteca.uesc.br/biblioteca/bdtd/734341118d.pdf> > Acesso: 02 abr. 2017.