

CULTURA, IDENTIDADE, FOLKCOMUNICAÇÃO E OUTRAS ARTES¹⁰³João Eudes Portela de Sousa¹⁰⁴

RESUMO: O presente estudo analisa como sujeitos locais se expressam através das artes em práticas folkcomunicacionais de valorização à cultura e identidade local. O objetivo dessa pesquisa é verificar como os moradores de Tianguá (CE) manifestam ideias, opiniões e posicionamentos, a partir de esculturas, obras de artes e canções que fazem referência ao consumo da tanajura (formiga). Foram feitas entrevistas semiestruturadas com moradores da comunidade: artistas e sujeitos locais, com o intuito de identificar como estes se relacionam com essa iguaria. Averiguamos que as mensagens são construídas em um processo identitário e afirmativo desse grupo que utiliza dos mais diferentes meios para comunicar e reverenciar a cultura do seu povo.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Tanajura; Tianguá;

1 Introdução

Essa pesquisa compreende que o consumo alimentar se caracteriza como um processo folkcomunicacional e atua enquanto linguagem fornecendo informações que, se (re) afirmam a partir de práticas consumerista da tanajura no município de Tianguá (CE). Nesse estudo perceberemos que essa linguagem cultural também se constrói em manifestações artísticas e são disseminadas por sujeitos locais. Para Woitowicz (2011, p. 97), “as manifestações da cultura popular constituem meios de comunicação que não apenas expressam uma determinada ideia, mas representam também uma forma de ação ou contestação dos grupos marginalizados”.

Podemos perceber nas produções de artistas locais como essa folkcomunicação se materializa, levando em consideração que “a obra de arte só adquire sentido e só tem interesse para quem é dotado do código segundo o qual ela é codificada” (BOURDIEU, 2007, p. 10). A comunidade se reconhece nessas construto cultural, a decodificação das mensagens construídas nesses objetos de artes pelos moradores da comunidade é simples e direta. O sentimento de pertencimento, aproximação e diferença faz com que os sujeitos locais se sintam parte de um grupo, uma nação.

A comunidade fornece sentidos e valores ao mesmo tempo que padroniza comportamentos e posturas em laços referenciais que se perpetuam na sociedade. Se “os referentes de identidade se formam, agora, mais do que nas artes, na literatura e no folclore. (CANCLINI, 1995, p. 124). Para Montanari (2009) as práticas consumeristas são elementos fortes da identidade de um grupo, é instrumento de comunicação, uma peça-chave desse sistema

¹⁰³ Trabalho apresentado no GT Expressões da folkcomunicação na cultura popular da XX Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

¹⁰⁴ Doutorando em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Docente efetivo no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE). E-mail: joaoportelas@gmail.com

linguístico que se constrói sob o prisma da tradição em que mensagens são repassadas de pais para filhos por meio da música, arte, dança, literatura etc.

2 Arte e Folkcomunicação

É quase impossível você visitar o município de Tianguá (CE) e não perceber a figura da tanajura (formiga, saúva) naquele espaço. Podemos destacar a escultura criada por Iracione Nunes, nativo, artista plástico e um comedor de tanajura declarado, construiu uma escultura de tanajura gigante que se tornou um dos maiores cartões postais da cidade. Nunes (2020¹⁰⁵) comenta: “eu fiz a tanajura lá, toda em aço, em ferro, ela pesa uns 5 mil kg, é a maior escultura do mundo, móvel. Você pode levar pra qualquer canto, em tamanho, em peso, móvel, a estrutura dela foi feita pra transportar”. Para aqueles que estão de passagem pela cidade e encontram essa escultura na calçada de um *shopping*, é só mais uma obra de arte.

Entretanto, para os sujeitos locais, ou seja, para aqueles que percebem os códigos ali presentes e decodificam a mensagem que está por trás daquele elemento, compreende o que está expresso na obra do artista: “a tanajura, ela representa muito pra gente aqui da região, principalmente da região da Ibiapaba. Eu culumim¹⁰⁶, na idade quando eu era culumim na idade de 8, 10 anos de idade eu andava com as vasilhas correndo, elas voando” (NUNES, 2020). Essa arte tem um valor representativo e afetivo, faz com que esses sujeitos se enxerguem nas diferenças e se identifiquem nas similaridades.

Em entrevista para essa pesquisa, Nunes (2020) comenta que “tinha um negócio da gente gritar: cai, cai tanajura, teu pai, tua mãe tá na gordura. E isso sempre envolveu a gente, era uma alegria, uma festa quando dizia, vai sair tanajura amanhã”. O nativo nos conta de forma saudosa que seu pai (*in memoriam*) avisava aos filhos nos dias de sol em que era possível capturar as tanajuras: “meus filhos, vai sair tanajura amanhã. E a gente corria com as panelas, já ficava todo mundo apreensivo esperando, quando via elas voando, né”. É um ritual, os habitantes dessa região sabem o momento propício para a caça às tanajuras, a olho nu eles identificam as questões climáticas, a temperatura e o tempo ideal para essa captura.

Que tem um horário delas voar, por volta das 4, 4 e meia da tarde, o tempo fica nublado, sabe, se preparando pra chover, é incrível. E elas tão naquele voo nupcial, elas voam para poder o macho fecundar ela. E o macho cai morto, né. Que é o moleque que chama. Então a gente ficava naquela alegria naquela festa, quando pegava ali aquele pouquinho de tanajura, cada um, a gente ia pra cozinha, pedia pra mãe, ou pra alguém fritar, ou a gente

¹⁰⁵ Entrevista concedida por Iracione Nunes ao autor desse estudo, de forma presencial e pela rede social *WhatsApp*. Tianguá (CE), 2020.

¹⁰⁶ Esse termo na região é sinônimo de criança, quando o entrevistado usa essa palavra, está fazendo referência a sua infância, lembrando dos momentos em que ainda era uma criança.

mesmo fritava na manteiga, pensa numa coisa gostosa, mas muito gostosa! E isso a gente se acostumou com essa coisa da tanajura (NUNES, 2020¹⁰⁷).

Essa relação dos nativos com a formiga é muito próxima e se constrói desde a infância. Nunes (2020) revelo nessa entrevista que recebeu o convite do empresário Rogério Prado, dono do *shopping Ibiapaba*, para construir uma escultura no shopping da cidade; e não hesitou em criar algo que retratasse a identidade tianguaense. Pensou logo na tanajura e fez o empresário que mora em Fortaleza (CE) rememorar seus costumes de infância quando ainda residia nesta comunidade. Segundo Nunes (2020), o empresário reagiu satisfeito: “Rapaz tá aí uma ideia, bora fazer uma tanajura, qual o tamanho? Vamos fazer ela com 10 m, 12 m. E surgiu essa ideia”. É um processo de identificação que envolve comunicação, cultura, identidade e consumo.

Essa associação aos bens artísticos e culturais por empresas comerciais da cidade pode ser identificada como estratégia para comunicar com seu nicho, atrai-los através de uma linguagem carregada de sentidos e afetos, denominada Folkmarketing, uma linha de estudos dentro da Folkcomunicação. Contudo, em linhas gerais, a comunidade tem uma relação íntima com a tanajura, fazendo com que essa comida gere uma conexão familiar. São histórias de vidas e “a principal contribuição dos estudos de Folkcomunicação está em valorizar os diferentes modos através dos quais os grupos sociais se relacionam e produzem a cultura” (WOITOWICZ, 2007, p. 152).

Para Azevedo Júnior (2007, p. 7), a escultura enquanto “arte é uma experiência humana de conhecimento estético, que transmite e expressa ideias e emoções”. Como podemos observar na figura 1, só o tamanho da tanajura já nos causa uma surpresa, a grandiosidade dessa obra provoca sensações ao se deparar com aquela saúva gigante. No momento desse registro, Nunes estava realizando os últimos retoques para fixar sua escultura na entrada do *shopping Ibiapaba* (o único da região da Ibiapaba); destacamos, ainda, que o autor desse estudo pôde perceber as reações de surpresa e encanto dos que transitavam por lá.

Nunes (2020) reconhece a importância da iguaria para a identidade cultural local e comenta que “surgiu essa ideia e hoje é um monumento, né. Que pertence a Tianguá, não só ao shopping, né! Tianguá, a região, em que todo turista bate foto. Tá aí a nossa história linda, a história da tanajura, é muito gostosa”. É interesse como os sujeitos locais sabem da importância dessa iguaria para a comunidade e manifestam suas emoções.

Figura 1: Iracione Nunes retocando a tanajura

¹⁰⁷ Entrevista concedida por Iracione Nunes ao autor dessa tese presencial e pela rede social *WhatsApp*. Tianguá (CE), 2020.



Fonte: Arquivo pessoal

Laraia (1986, p. 45) comenta que, o sujeito “é herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquiridas pelas numerosas gerações que o antecederam”. Seus estudos trouxeram uma perspectiva determinista para o entendimento de cultura nesse mundo contemporâneo, mas reconhecemos que suas ideias sobre o sujeito como resultado das relações sociais existentes no meio cultural em que este se socializou tem grande valia. A criação de monumentos como esse (figura 1) contribuem para o nosso entendimento sobre a folkcomunicação, na medida em que os “procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais” (HOHLFELDT, 2002, p. 1).

O uso de artefatos culturais por empresas da cidade é só um reflexo de como esse processo folkcomunicacional se estabelece na comunidade. As influências que geralmente ocorrem pela comunicação de massa, pela indústria cultural, podemos identificar nesse grupo que, em muitos casos, são apropriações dos costumes da cultura local. Para Hohlfeldt (2002, p. 1) a folkcomunicação é uma área de estudo complexa, “que engloba em seu fazer saberes vários, às vezes até contraditórios, para atingir seus objetivos e dar conta de seu objeto de estudo (HOHLFELDT, 2002, p. 1)”. Fazendo um recorte dessa prática consumerista local, teríamos matérias para analisá-la em diferentes abordagens.

Figura 2: Tanajura no *J. Frios*



Fonte: Arquivo pessoal

Essa tanajura apresentada na figura 2, foi construída pelo artista plástico Mauro. A peça fica exposta na empresa alimentícia *J Frios Distribuidora*. Entrevistamos o dono da empresa, o nativo Jean Azevedo¹⁰⁸, que comentou ser um comedor de tanajura, mantém um estoque guardado em casa e que tem uma tia que reside em Santarém (PA) e todo ano envia a iguaria para sua residência nesse estado da região Norte do Brasil. Para Azevedo (2020), a presença da formiga na sua empresa é pela representatividade que ela gera nos tianguaenses. O empresário mencionou que, em visitas as suas empresas em outros municípios, cita a filial de Piripiri (PI) e revela que naquela sede não tem a escultura da formiga, como as pessoas daquela cidade não apreciam essa iguaria, não teria sentido ter uma formiga exposta na empresa.

[os funcionários] tem sempre um ou outro dialogando sobre o assunto, por se deparem com a escultura na empresa. Mas o bom mesmo é quando pessoas do Sul (motoristas e representantes comerciais) que vem entregar ou vender produtos para nós. Os mesmos ficam cheios de admiração e indagações (AZEVEDO, 2020).

Hohlfeldt (2002, p. 1) defende que a “Folkcomunicação não é, pois o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza”. Ela tem uma relação estreita com os elementos dessa natureza, mas sua pesquisa traz uma abordagem dos processos comunicacionais que emergem nesses lugares. A cultura popular tianguaense enquanto linguagem expressa na poesia, repente, xilogravura, música, obras de arte, alimentação etc. Salientamos que, Tianguá está inserida no Nordeste brasileiro e essa região tem características culturais marcantes. É muito comum a utilização de produtos da cultura popular como meios de expressão e ideias, nessa região do país os artefatos culturais têm forte apelo comunicacional.

¹⁰⁸ Entrevista concedida por Jean Azevedo ao autor dessa tese de forma *on-line* pela rede social *WhatsApp*. Tianguá (CE), 2020.

3 Música e Comunicação

As músicas são passadas por gerações, contam histórias, narram práticas do cotidiano, fazem votos de protestos, perpetuam lendas dos lugares. Em se tratando de músicas folclóricas, estas trazem as características do local, carregam mensagens identitárias, são crenças, costumes, convicções políticas expressas nas letras que são repassadas por gerações através da oralidade.

Podemos observar a presença da música em múltiplas atividades – nas ruas, festas, ambientes de trabalho, consultórios, no interior dos veículos de transporte, na mídia, nos registros da memória cultural, social e afetiva das pessoas etc. – e constatar que a prática ou a ambiência musical aparece, quase sempre, em uma perspectiva sedutora e contagiante, seja na consciência ou na inconsciência individual ou coletiva (LUZ; DAVINO, 2009, p. 68).

Existem músicas que são compreendidas e se colocam enquanto linguagem universal, em via de regra, para que ela tenha sucesso, para que a mensagem chegue de forma mais efetiva ao seu público, ela tende a ser moldada aos métodos da cultura da qual ela faz parte. As canções envolvem diversas significações, independente da cultura, estão presentes no cotidiano e se relacionam de forma próxima com os sujeitos.

Luz e Davino (2009, p. 68) nos mostram que “em nossa sociedade, som e linguagem sonora encontram-se presentes em diversas situações, além de ocuparem um espaço de relevância inquestionável”. Analisando a canção da Tanajura podemos perceber como ela carrega em suas letras a história desse povo, ela mostra essa relação da comunidade com a formiga desde os primeiros habitantes da região. Rememora a história do lugar influenciada por esse consumo cultural. A canção foi composta por Valdecy Santos de Abreu e Luiz Gonzaga Bezerra, intitulada de Tanajura e descreve o ritual que envolve essa prática na comunidade.

É tempo de internada na Serra da Ibiapaba, de dezembro pra janeiro já se tem terra molhada. Tanajura quer voar. Sente o cheiro pelo mato. De repente não tem jeito, tem que sair do buraco. De repente não tem jeito, tem que sair do buraco. Se te quero por delícia. É aquela gostosura: cai tanajura! Cai tanajura! Cai tanajura! Que teu pai tá na gordura. Da gente adulta a moçada. E também a meninada. Na safra da tanajura correm todos pro roçado. Mas a soberba saúva, tem charme e é boazauda. Levanta o voo no cio pro ato nupcial. Levanta o voo no cio pro ato nupcial. É dia de alegria, é noite de fantasia. Pra cerveja e pra cachaça, tem cabeça e tem bundinha. Seu aroma e seu sabor, iguarias de primeira. Lua nova, lua cheia. É Tianguá que festeja (ABREU; BEZERRA apud NUNES et al., 2018, p. 102).

É notório que esses sujeitos se adequam sem aniquilar seus hábitos culturais. Mesmo com as influências culturais, as músicas resistem e são entoadas há décadas, em um processo de retroalimentação, a cultura contemporânea se mistura com a tradicional, se insere em novos espaços, nos lugares em que os sujeitos se encontram. Das calçadas e formigueiros, se



redefolkcom



adaptaram para o rádio, fitas, CD's, VHS e hoje circulam facilmente nas redes digitais. As produções não se restringem apenas a um formato, a figura 3 nos mostra como processos folkcomunicacionais são disseminados nessa era digital, o *frame* da canção da tanajura que, inicialmente, foi gravada por um coral do município, transformando-se em um vídeo com sons e imagens que apresentam da caça até o consumo da formiga e disponibilizado no *YouTube* e compartilhado em redes sociais digitais.

Figura 3: Canção da tanajura



Fonte: *YouTube*¹⁰⁹

O compartilhamento desse vídeo com imagens, áudio e legenda circula no *YouTube*, *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*; a comunidade se identifica e faz questão de divulgar em seus perfis. A experiência não se restringe ao espaço geográfico, com um clique você pode se aproximar das manifestações culturais da comunidade. McLuhan (1964) defendia que a mensagem transmitida por dois veículos diferentes, não é e nem poderia ser a mesma, a lógica estrutural somada ao efeito que produzirá no receptor são diversas. Os efeitos causados *in loco* nessa atual conjuntura são quase impossíveis de mensurar, visto que as mensagens circulam em multiplataformas.

As músicas comunicam, provocam sensações e despertam sentidos, conectam sujeitos a uma época, a um lugar e a situações específicas. Na atualidade, tem sido muito presente narrativas audiovisuais que estruturam as produções de conteúdo com sons e imagens, parecendo dar mais credibilidade e causando mais empatia. Lima (2005, p.18) compreende que os “símbolos musicais permitem uma linguagem interna que pode ser explorada tanto pelo compositor como pelo intérprete e também pelo próprio ouvinte, permitindo a multiplicidade

¹⁰⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=8rRNOUMVJzM>>. Acesso em: jul. 2020.

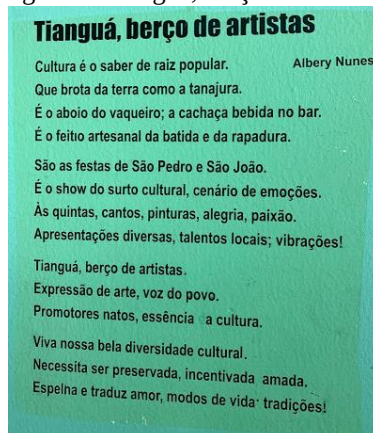
de interpretações”. A canção da tanajura faz uma conexão do passado com o presente e quando associada as imagens e a melodia, provoca sensações nos que comungam daquele repertório cultural.

4 Folkcomunicação, Poemas e Pinturas

São diversas manifestações artísticas que carregam essa linguagem cultural da comunidade, os poemas também aqui também são utilizados para comunicar a história do povo. Se pensarmos na língua enquanto detentora de signos e suas representações, os dizeres poéticos não apenas representam, como também apresentam a cultura dos tianguaenses. Para Saussure (2006, p. 227), os poemas revelam muito de um povo e isso vem desde “os poemas homéricos [...] conquanto tenham surgido numa época em que mal se fazia uso da escrita, sua língua é convencional e acusa todos os caracteres de uma língua literária”. Um desses poemas (figura 4) está fixado no rol de entrada da casa da Memória José Evangelista, espaço inspirado no Museu Antropológico do Ceará, idealizado pela professora da Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA) Nilene Portela, referência na cidade como guardiã da cultural local, (res) guardar tudo que envolve a cultura do povo tianguaense.

Segundo Ferreira (2010, p. 158), “juntamente com a música, a poesia é considerada do ponto de vista técnico-estético, arte da temporalidade”. Podemos identificar isso no poema de Albery Nunes (figura 4) que está “guardado no mesmo espaço” que as vestes, os objetos, as fotografias e as imagens que preservam a história de lugar. O local é popularmente conhecido como a *Casa da memória*. A poesia de Nunes traz uma breve reflexão dos elementos culturais da cidade, intitulado como: *Tianguá, berço dos artistas*, a mensagem não menciona somente a iguaria, expõe alguns hábitos locais, práticas alimentares e manifestações artísticas do povo.

Figura 4: Tianguá, berço dos artistas



Fonte: Arquivo pessoal

Gonçalves (2007, p. 4), nos coloca que “A arte vai nos interessar especialmente pela aventura de caráter [...] subjetivo a que pode dar lugar [...] à produção social de estilos de vida”. A folkcomunicação se estabelece nos objetos, nas expressões artísticas, e comunica. Todo esse panorama da formiga na comunidade é uma linguagem que se expressa de forma oral, escrita, artística, imagética como pudemos verificar na *Casa da Memória de Tianguá*. Em entrevista para esta tese, Nilene Portela¹¹⁰ (2020) comenta que “tudo que representa o povo tianguaense está expresso nesse lugar, a identidade do nosso povo se reflete em cada objeto e manifestação artística aqui presente”. Nesta casa da memória estão expostos artigos que fazem referências a vida dessa gente, são signos culturais tianguaense. As pinturas de Roni Aguiar (figura 5) ilustra muito bem essa discussão.

Figura 5: A tanajura na casa da memória.



Fonte: Arquivo pessoal

Compreendemos que “A arte, enquanto campo de produção simbólica, é um espaço vital para o exercício desses questionamentos e dessas intervenções” (GONÇALVES, 2007, p. 4). O que Aguiar retratou nessas duas obras são os símbolos mais vivo da cultura tianguaense. Identificamos nessas obras analisadas: o Cristo ressuscitado, um monumento situado no alto da serra e que atrai bastante visitação. A coluna da hora está localizada na praça em frente à igreja matriz que também está representada na imagem, pontos importantes e representativos para a comunidade. Há também a presença do ipê, uma vegetação muito comum na região, além da tanajura figurada em três momentos: na saída do formigueiro, batendo as asas e, por fim, pegando, voo. Perceber essa iguaria no mesmo grau de importância que esses outros símbolos da cultura é bastante revelador.

Se “a arte deve ser entendida como expressão do imaginário humano e de uma forma peculiar de expressar uma determinada visão de mundo, da qual compartilham o artista e o

¹¹⁰ Entrevista concedida por Nilene Portela ao autor dessa tese de forma presencial. Tianguá (CE), 2020.

público ao qual sua obra se destina” (COSTA, 2004, p 18). Ao apresentar referências da tanajura a partir dessa mensagem, a revelação através da pintura, a comunicação se estabelecendo através da arte nos demonstra que o consumo dessa formiga, a figura da tanajura é tão representativa quando a igreja matriz do município.

Não é de agora, desde a pré-história pinturas e desenhos servem como meio de comunicação. Os elementos presentes nessas artes facilitaram nosso entendimento de mundo, de como se constituíram as civilizações na medida em que se compreendiam as mensagens construídas nesses meios. As pinturas facilitaram no desenvolvimento da nossa linguagem escrita e falada e até os dias de hoje, por meio de desenhos e pinturas, é possível acessar mensagens que nos comunicam sobre a ancestralidade humana. Na hipermodernidade as tecnologias digitais se caracterizam pelo forte apelo comunicacional, porém não podemos deixar de levar em consideração os meios artesanais como a pintura que, enquanto linguagem não-verbal, também comunica e fornece materiais para compreender tempo e sociedade.

5 Considerações Finais

A utilização das artes como meio de comunicação não é algo novo para os grupos que não possuem relações estreitas como os grandes veículos de comunicação de massa. A cultura popular encontrou no folclore, no artesanato, nas obras de arte, esculturas e músicas um lugar, um espaço de fala para se comunicar com seu povo e poder se manifestar, apresentar suas ideias, enfim, se expressar.

Os moradores de Tianguá (CE) utilizam da folkcomunicação para se relacionarem com a comunidade, são estratégias de comunicação desenvolvidas ao longo dos anos, que estão presentes nesse espaço geográfico desde os primeiros habitantes, destacamos aqui o consumo da tanajura enquanto linguagem e como essa prática tem resistido em diferentes sistemas socioculturais se fortalecendo mediante um processo comunicacional.

Nessa pesquisa pudemos perceber como alguns artistas locais se manifestam através das obras de artes e músicas para falar sobre a história do seu povo, conectar diferentes gerações a partir de expressões que se fortalecem no imaginário social coletivo em uma linguagem cultural representativa do cotidiano. O processo folkcomunicação visto nessa pesquisa se caracteriza em formatos rudimentares e tecnológicos e, nos mostra como as culturas populares têm se adaptado as novas possibilidades de comunicação.



redefolkcom



REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP, 2007.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores & cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

COSTA, Cristina. **Questões de Arte: o belo, a percepção estética e o fazer artístico**. São Paulo: Ed. Moderna, 2004.

FERREIRA, Ana Paula. **Espaço e poesia na comunicação digital**. 2010. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

GONÇALVES, Fernando do Nascimento. **Comunicação, cultura e arte contemporânea**. 2007. Disponível em: acesso em 16 jan 2020.

HOHLFELDT, Antonio. **Folkcomunicação: sadio oportunismo de quase meio século**. Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional, n.5, p.25-34, 2002.

LARAIA, Roque. **Cultura: um conceito antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

LIMA, Sônia Albano. **Uma metodologia de interpretação musical**. São Paulo: Musa, 2005.

LUZ MC, Davino GE. **Música, sedução e comunicação**. In: Leão ER, organizador. Cuidar de pessoas e música: uma visão multiprofissional. São Paulo: Yendis; 2009.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MONTANARI, Massimo. “**A cozinha, lugar da identidade e das trocas**”, in MONTANARI, M. (org.). O mundo na cozinha: história, identidade, trocas. São Paulo: Estação Liberdade: Senac, 2009.

SANSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral I Ferdinand de Saussure**; organizado por Charles Bally, Albert Sechehaye. São Paulo: Cultrix, 2006.

WOITOWICZ, Karina Janz. **Exclusão e Resistência Cultural**. In: GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. Noções básicas de Folkcomunicação: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa, Editora UEPG, 2007.

WOITOWICZ, Karina Janz. **Diálogos entre folkcomunicação e mídia alternativa: um passeio teórico pelas formas de comunicação dos grupos marginalizados**. Razón y Palabra. n. 77. 2011