

CULTURA.COM: As redes sociais na promoção cultural do Carimbó

Dayan Antônio Soares Puga¹
Adylles do Carmo Viana Rodrigues²

Resumo

O presente artigo teve como objetivo analisar de que forma as novas mídias sociais e, principalmente, a nova realidade incentiva à promoção cultural de “novos ou velhos” ritmos musicais, no caso o Carimbó. Foi utilizada a pesquisa bibliográfica de abordagem qualitativa para se chegar aos resultados apresentados. Autores como: Barancelli (2016); Barros e Moraes (2009); Catenacci (2018); Lemos (2008); Lévy (1999), dentre outros, foram de extrema importância na inquietação da temática que abrangeu aspectos relevantes da forma como a *internet* vem sendo importante nesse processo de cultura popular. Os resultados apontam que a cultura e tecnologia, juntas, modificaram a forma como se interage com a arte, música etc. Antes, o contato com o mundo artístico era feito, na grande parte das vezes, por meio da presença física. Na contemporaneidade, têm-se muitas plataformas de mídia que possibilitam o acesso a arte para um público bem maior: basta ter acesso à internet para também ter acesso a um amplo acervo artístico. Concluiu-se que, desse modo, o primeiro aspecto relevante é que o Carimbó expressado na mídia digital influencia a comunicação e a transformação cultural e social, pois se constitui de sujeitos que constroem cultura popular e movimentam fortemente o mercado regional de forma independente das convencionais, através das aulas nos ensaios, das reuniões em festas e de projetos sociais.

Palavras-chave: Carimbó. Dança. Cultura. Pará.

CULTURA.COM: Social networks in the cultural promotion of Carimbó

Abstract

This article aimed to analyze how the new social media and, mainly, the new reality encourages the cultural promotion of “new or old” musical rhythms, in this case Carimbó. Bibliographic research with a qualitative approach was used to arrive at the results presented. Authors such as: Barancelli (2016); Barros and Moraes (2009); Catenacci (2018); We read (2008); Lévy (1999), among others, were extremely important in the restlessness of the theme that covered relevant aspects of the way the internet has been important in this process of popular culture. The results show that culture and technology, together, have changed the way we interact with art, music, etc. Before, contact with the artistic world was made, in most cases, through physical presence. Nowadays, there are many media platforms that allow access to art for a much larger audience: just having access to the internet to also have access to a wide artistic collection. It was concluded that, in this way, the first relevant aspect is that Carimbó expressed in digital media influences communication and cultural and social transformation, as it consists of subjects who build popular culture and strongly move the regional market independently of conventional ones, through rehearsal classes, party meetings and social projects.

Keywords: Carimbó. Dance. Culture. For.

¹ Licenciado em Sociologia (Uniasselve). Pós-Graduado em Educação Ambiental e Sustentabilidade (Uninter).

² Licenciada Plena em Pedagogia (UEPA). Esp. Em Gestão Escolar (UEPA).

1 INTRODUÇÃO

No processo histórico contemporâneo a realidade das novas Tecnologias da Informação e Comunicação – TICs têm transformado a realidade social intervindo diretamente em questões de cunho cultural, em alguns casos de forma muito positiva, em outros, nem tanto. Por meio deste artigo busca-se entender a atual realidade cultural amplamente influenciada pelo digital, que altera o espaço essencial numa realidade onde o espaço e o ciberespaço se mesclam e se tornam indissociáveis, modificando as interações entre os indivíduos na contemporaneidade buscando romper os processos etnocêntricos que cercam as sociedades em atraso sócio cultural.

Os ritmos musicais como o Carimbó quase esquecido outra hora, tomou novas ares através de uma nova roupagem sociocultural, se tornou algo atraente e dinâmico para as novas gerações, e é importante entender até que ponto as mídias contribuem para esse levante musical.

As novas tecnologias abrangem na cultura do Carimbó no modo como as pessoas o observam, entendem e se relacionam com o ritmo musical da região norte, por esse motivo, apresenta-se como o contexto tecnológico tem interferido de forma positiva por meio das mídias digitais.

Identifica-se atualmente que quase metade da população brasileira encontra-se conectada com todas as plataformas de redes sociais, conforme dados elencados pela pesquisa Digital in 2018, da We Are Social, a qual foi realizada ao longo do último trimestre de 2017, e informa que o Brasil tem hoje “uma média de 45% da população ativa em redes sociais de todos os tipos³”. Identifica-se, ainda, que a mesma pesquisa também revela que “de janeiro de 2018 para cá tivemos um aumento de 13% de usuários de redes sociais conectados via mobile. Considerando a popularização do acesso ao aparelho celular (91% da população adulta do Brasil...”.

Percebe-se desta maneira o processo lúdico da expansão da sociabilidade neste território não físico cada vez mais em evolução, conhecido como cibercultura. Sobre esta análise Lemos (2015, p.10) ressalta que:

A cibercultura é uma sinergia entre a vida social e os dispositivos eletrônicos e suas redes telemáticas. Os dispositivos mudam, as associações entre humanos e não humanos, que formam esse social, também. Para a compreensão das associações atuais, precisamos efetivamente ver os seus rastros. Tudo começa com o surgimento

³ Disponível em: https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/2-wearesocialsg_2. Acessado em: 23/12/2019.

da Internet em 1969 e com a microinformática em 1975, mas a cibercultura ganha importância na década de 1990

Com o advento das tecnologias digitais e, conseqüentemente, das redes sociais, as formas de como as pessoas se relacionam umas com as outras se modificou de forma que as fotos postadas começaram a se propagar com mais facilidade. Assim, como o cenário onde essas transformações ocorreram também mudou.

Recuero (2009) define uma rede social como:

Um conjunto de dois elementos: Atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores (RECUERO, 2009, p. 24).

Conforme os dados da Pesquisa Brasileira de Mídias⁴, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, cerca de 65% dos jovens entrevistados, com idade até 25 anos acessam internet todos os dias aqui no Brasil, ou seja mais da metade da população o que caracteriza uma sociedade midiática.

Com a proliferação das novas tecnologias, as câmeras de celular, permitem o indivíduo estar sempre conectado, interagindo com o público, sempre estando disponível e compartilhando os conteúdos de si próprio e do ambiente ao seu redor. “a fertilização de ideias é aperfeiçoada pelo amplo acesso a redes globais. Com a internet aliada à mobilidade, aumenta a quantidade de informação e o conhecimento não apenas cresce, mas também se diversifica” (SANTAELLA, 2013, p.14).

Logo, podemos entender que as redes sociais são o centro, onde os indivíduos se reúnem por similitude, compatibilidade, simpatia, atração e com propósito comum que é se relacionar, sem por dificuldades e sempre realizando conexões com milhares de pessoas, sejam elas conhecidas ou não.

Esse ambiente onde as interações sociais acontecem é virtual, no qual Lévy (1999) chama de Ciberespaço. “Estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano” (LÉVY, 1999, p. 11).

A internet possibilita o ser humano ir a vários lugares, navegando em sua plataforma digital. Hoje você pode fazer uma chamada de vídeo com algum amigo ou parente a quilômetros de distância/ fora do País, chamadas de voz, compras sem sair de casa.

⁴ Disponível: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 10/01/2020.

Observamos também o quanto ela é sensível ao tempo e espaço de onde estamos, avisa a temperatura, se ocorre risco de chuva, se tem engarrafamento em determinada área. O que nos proporciona maior confiabilidade, e comodidade por meio dessa convergência. E, através disto, vê-se o quanto é abstraído ou fragmentado do mundo real, pelo qual a imagem se torna criadora de sentido, traz consigo a representação de algo ou alguém, que na verdade pode ser ou até mesmo parecer ser.

Para a realização deste artigo optou-se por realizar um estudo de natureza qualitativa, que segundo Gatti (2013) é o ato pelo qual se procura obter conhecimento. Para essa autora, inúmeras vezes necessita-se buscar informações, e nos ater a fontes que esclareçam, aprofundam ou que acrescentem conhecimento.

Este ato de mergulhar no desconhecido, de investigar, de desestabilizar informações a fim de captar novas constatações, chama-se pesquisa. Nesse sentido, a pesquisa tem como finalidade a elaboração de conhecimentos sobre determinado assunto que possibilite uma compreensão além do que está posto à primeira vista.

No caso específico de pesquisa qualitativa, a mesma parte do pressuposto que há um vínculo ativo entre o mundo e o sujeito, ou seja, o pesquisador faz parte do processo de conhecimento, interpretando-o e dando-lhe sentido. O pesquisador está vinculado à pesquisa ativamente, devido haver uma relação dinâmica entre o pesquisador e o objeto de estudo.

Para efetivar o estudo, realizou-se, primeiramente, um estudo bibliográfico em livros, monografias, teses, além de artigos científicos que contemplam temas relacionados à temática, utilizando como base de dados sites como: Scielo, CAPES, entre outros. Alguns autores foram de grande importância como: Barros e Moraes (2009), Lemos (2005), Lévy (1999), dentre outros.

A pesquisa bibliográfica é uma etapa fundamental em todo trabalho científico que influenciará todas as etapas de uma pesquisa, na medida em que der o embasamento teórico em que se baseará o trabalho. Consistem no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas à pesquisa (GIL, 2008). É imprescindível, portanto, antes de todo e qualquer trabalho científico fazer uma pesquisa bibliográfica exaustiva sobre o tema em questão, e não começar a coleta de dados e depois fazer a revisão de literatura, como algumas vezes se observa em alguns profissionais de saúde e acadêmicos no início de formação científica.

Um trabalho que tratasse da pesquisa bibliográfica não poderia deixar de conter explanações e estas devem seguir um fluxo que facilite a compreensão e a aplicação. Por esse

motivo, abordamos primeiramente o conceito, depois as características e outros mais, até chegarmos ao exemplo, os anexos e a referência bibliográfica.

Em suma, o presente artigo tem como objetivo analisar de que forma as novas mídias sociais e, principalmente, a nova realidade incentiva à promoção cultural de “novos ou velhos” ritmos musicais, no caso o Carimbó.

Hoje, o processo de socialização ou comunicação é o agente construtor da realidade, a nossa percepção do mundo é uma construção cultural, sendo a comunicação quem produz e interfere nas percepções. Por isso, um artigo que explane sobre as redes sociais na promoção da cultura do Carimbó do Pará, por meio da *internet*, abrangendo toda uma transformação e comunicação social é de extrema relevância à sociedade.

2 A APROPRIAÇÃO TECNOLÓGICA

Grande parte do perfil de transformações observadas nos dias de hoje decorrem dos inúmeros avanços tecnológicos ocorridos, ou seja, o desenvolvimento das tecnologias de comunicação e informação (TIC). Culturas, conhecimentos, através da *internet*, podem ser compartilhadas há um tempo quase que instantâneo. E, hoje, a *internet* cumpriu o seu objetivo de criação, que é compartilhar informações ao mundo todo sem a preocupação das mesmas serem perdidas por algum problema no espaço físico em que se encontram. A *internet* não para de revolucionar e crescer o cotidiano da sociedade contemporânea.

Desde então, o computador iria escapar progressivamente dos serviços de processamento de dados das grandes empresas e dos programadores profissionais para tornar-se um instrumento de criação (de texto, de imagens, de música), de organização (banco de dados, planilhas), de simulação (planilhas, ferramentas de apoio à decisão, programas para pesquisa) de diversão (jogos) nas mãos de uma proporção crescente da população dos países desenvolvidos (LÉVY, 1999, p. 31 e 32)

O ciberespaço que Lévy (1999, p. 92) conceitua como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” é expandido através da conexão estabelecida entre esses computadores permitindo assim, a interação nas suas mais variadas maneiras, ou seja, vídeos, fotos, áudios, se transformando no foco de armazenamento e comunicação de informação das sociedades.

O crescimento do ciberespaço levou ao desenvolvimento da cibercultura:

Entende-se que “A cultura contemporânea, associada às tecnologias digitais (ciberspaço, simulação, tempo real, processos de virtualização, etc.), vai criar uma nova relação entre a técnica e a vida social.”, e essa nova relação é conhecida como cibercultura (LEMOS, 2008, p. 15).

Este conceito tem três princípios fundamentais: a Liberação do Polo de Emissão, a Conexão em Rede e a Reconfiguração dos formatos midiáticos e das práticas sociais.

O primeiro princípio corresponde às diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo com o excesso e a circulação virótica de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos, anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos meios de comunicação. Aqui a máxima é “tem de tudo na internet”, pode tudo na internet (LEMOS, 2005, p. 2).

Uma nova configuração de sociedade, por vez, super conectada e informacional é configurada e reconfigurada a todo o momento pelo desenvolver do ciberespaço e a cultura desenvolvida por meio de sua utilização. Com o barateamento da TIC e o seu crescente uso por parte dos indivíduos, por meio dos smartphones, as pessoas estão se conectando a internet em qualquer hora e lugar. Os dispositivos e plataformas cada vez mais modernos possibilitaram um modelo de comunicação e interação instantâneo.

A internet quebrou as barreiras de espaço entre os indivíduos e revolucionou a forma de se comunicar e permitiu que novos produtores de conteúdo se destacassem nesse ambiente virtual, superando as barreiras impostas pelos veículos de comunicação tradicional. Um dos recursos que contribuíram com essa revolução foram os aplicativos das redes sociais.

2.1 CULTURA POPULAR, TRANSFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO SOCIAL

Diversos autores fazem a discussão de maneira crítica a que se refere às concepções dos conceitos de cultura e cultura popular. Todavia, ainda se é comum ouvir afirmações com termos do tipo “subcultura”, “mais ou menos cultura”, “com ou sem cultura” “cultura refinada ou desqualificada”, “cultura suburbana ou cultura de elite” etc.

Na educação, os termos “cultura” e “cultura popular” fazem parte de várias reflexões de estudiosos, e dão margem para abordagens como a que nos interessa nesse artigo: a visibilidade destas no meio social e da dança.

Daolio (2004) aponta “cultura” como um “fato social” que engloba aspectos fisiológicos, psicológicos e sociológicos onde os mesmos não se desassociam. Para Geertz, ainda segundo Daolio (2004), “cultura” é o produto de ações humanas ainda que seja também processo contínuo pelo qual as pessoas dão sentido às suas ações, é universal, pois os

humanos a produzem, mas é local, pois se trata da dinâmica específica de vida que significa o que o ser humano faz.

Catenacci (2018), por exemplo, destaca o distanciamento da “cultura popular” e “cultura popular de elite” num contexto histórico das manifestações sociais, ela explora as transformações da definição de cultura popular, levantando a dicotomia “tradição x transformação” presentes na história da discussão “cultura”, aponta a visão folclorista e cepecista, onde expõe as “várias formas pelas quais o ‘popular’ é representado: para os folcloristas se refere à tradição; para a indústria cultural, à popularidade e para o populismo, ao povo” (CATENACCI, 2018, p.32).

Ao que se entende, a discussão da cultura popular é marcada pela recorrente oposição e comparação das manifestações culturais entre “o saber tradicional” do povo, relacionado à classes suburbanas e ao atraso e, às “práticas da elite”, relacionada ao progresso, onde assim, legitima-se a existência de uma dicotomia estrutural da sociedade, que matem um preconceito referente a cultura popular e às manifestações populares que a aproxima de uma “falsa cultura” dando origem a visão preconceituosa que parte da sociedade tem.

Lóssio (2018) aborda a valorização da cultura popular como importante ferramenta de desenvolvimento local/regional, para ele a valorização das práticas culturais regionais podem redimensionar a cultura, tornando-a atrativos para diversos empreendimentos. Ao passo de que se deve olhar a cultura popular em uma perspectiva sustentável, já que a mesma gera emprego, renda e negócios.

Além disso, seu texto atribui às várias manifestações populares, danças e folguedos à “inovação sem perder a descaracterização” como tendência das culturas de massa, como exemplo temos roteiros de fé, circuitos de vaquejada, a música popular que vem conquistando espaço, fortalecendo as expressões culturais do povo brasileiro e movimentando a economia.

O autor também provoca a reflexão sobre o preconceito vivido atualmente no mercado com cultura regional e as manifestações populares, onde por muitas vezes não são vistas como produtos, sequer com vendáveis, tal qual o preconceito maior se dá pelos residentes, que não dão tanta credibilidade e também aos veículos de mídia regional que destinam pouco espaço para divulgações.

Reunindo a contribuição dos autores acima sobre a cultura popular e a dimensão desta em sociedade na visão de alguns autores, pode-se, de forma resumida e simplificada, fazer uma reflexão em uma visão geral vendo que mesmo com todo esse formato social, econômico e de desenvolvimento a cultura popular e as manifestações populares ainda podem vistas com

“subcultura”, a geração de trabalho nesse âmbito ainda sofre certo preconceito marcado historicamente por uma dicotomia social de “cultura suburbana” e “cultura de elite”.

2.1.1 O Carimbó a cultura popular

A cultura de um povo é marcada pelo processo de extensão e evolução de sistemas históricos, pelos seus costumes, seus hábitos e também seus interesses. É dada pela realidade vivida, de modo que nessa realidade a história desse povo é totalmente ligada aos seus costumes, posto que autores como Freire (1987) reconhece o homem como ser inacabado, inconcluso em uma realidade que sendo histórica também é igualmente inacabada.

A cultura é diretamente associada ao comportamento de vida de um grupo, ela aponta como se relacionam no contexto que estão incorporados, indica o grupo e também a classe social da qual fazem parte. Além disso, é também todo comportamento aprendido, de modo independente da questão biológica (SILVA; SILVA, 2013, p.85).

No Brasil existem vários tipos de manifestações culturais, mais especificamente a região norte, no estado do Pará, onde se é praticado o Carimbó – uma das manifestações culturais mais brasileiras, pela história de suas raízes – é palco fenômeno de manifestação e expressão cultural que é pautada esta pesquisa. O Pará é uma região onde existe uma rica variedade no que se refere cultura popular, e mais especificamente danças e ritmos típicos e dançantes, tais como o Carimbó, Lundu Marajoara, Siriá, Guitarrada, Lambada, Calypso, entre outros.

Em seu estudo Barros (2009) analisa os processos de valorização com relação ao Carimbó e outros ritmos paraenses com relação uma representação positiva para música, mostrando que a sociedade cria através deste um processo de visibilidade de determinada camada da sociedade se referindo às distinções hierárquicas do mercado musical brasileiro. Acentuando o conceito de que determinados tipos musicais são discriminados e vandalizados por vezes, em momentos excluídos pela mídia e acolhidos pela população.

2.1.2 O processo cultural, artístico, musical e a internet

A cultura e tecnologia, juntas, também modificaram a forma como se interage com a arte, musica etc. Antes, o contato com o mundo artístico era feito, na grande parte das vezes, por meio da presença física. Na contemporaneidade, tem-se muitas plataformas de mídia que possibilitam o acesso a arte para um público bem maior: basta ter acesso a internet para

também ter acesso a um amplo acervo artístico. Na internet são disponibilizados inúmeros conteúdos do mundo todo para milhões de usuários e as possibilidades de interação e diálogo por vezes se mostram até maiores.

Em geral, quando se promove o diálogo intercultural se assume uma abordagem de orientação liberal e se focaliza, com frequência, as interações entre diferentes grupos socioculturais de um modo superficial, reduzido a visibilização de algumas expressões culturais destes grupos, sem enfrentar a temática das relações de poder que perpassam as relações interculturais, nem as matrizes profundas, mentalidades, imaginários, crenças, configuradoras de sua especificidade.

Voltando para as mídias digitais, o desenvolvimento de aplicativos comunicacionais e redes sociais digitais disponibilizados na internet, em alguns casos, atingem milhões de usuários em questão de meses. A apropriação dessa tecnologia permite que o indivíduo crie e compartilhe fotos, vídeos, textos e outros tipos de conteúdos entre os outros utilizadores conectados na mesma rede.

Neste contexto, têm-se o advento da promoção do Carimbó, indivíduos que dançam o ritmo, grupos de dança, simpatizantes, etc., conquistaram uma audiência fiel por meio da produção e do compartilhamento de conteúdo. Esses influenciadores têm se sobressaído em algumas redes e possuem a capacidade de mobilizar milhares de pessoas, em alguns casos, milhões de seguidores.

Eles são capazes de influenciar, pautar opiniões e comportamentos, transmitir confiança e servem de referência para os indivíduos que acompanham. Essas personalidades têm uma força tão grande de influência sobre seus públicos que não precisam se esforçar muito e muito menos pagar para ter um item de desejo.

Em uma sociedade cada vez mais conectada e cheia de possibilidades virtuais, influenciar digitalmente algum nicho já se tornou um forte da promoção da cultura regional. Algumas empresas chegam ao ponto de acompanhar os perfis dos influenciadores digitais e enviam para eles aquilo que mencionaram que gostam ou que estavam precisando. É uma técnica eficaz para agradar o canal de comunicação e ter sua empresa elogiada para milhões de seguidores a um custo baixíssimo: um produto.

Além disso, algumas culturas já começam a investir parte do seu orçamento de marketing e comunicação e se aproximam desses influenciadores como forma de passar a sua mensagem sem sofrer uma rejeição do público em relação à publicidade tradicional. Dessa forma, as empresas acabam associando a empatia desses influenciadores à mensagem que desejam transmitir.

Logo, em uma sociedade atual e tecnológica os influenciadores da cultura pelos meios digitais são muito importantes. Uma vez que se acredita que vencerá no futuro quem dominar conteúdo e/ou serviço, que tendem a serem cada vez mais segmentadas por necessidades, interesses, paixões. E, a multiplicação de influenciadores sociais é um bom indicador dessa evolução cultural não só da cultura do Carimbó, mas da cultura regional em geral.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a influência cultural do Carimbó por meio da mídia digital e, obteve resultados satisfatórios, pois a problemática foi respondida quanto a influência da internet na promoção e transformação social, na comunicação dos sujeitos pesquisados e do grupo em sua inserção na cultura paraense.

Os resultados obtidos através da literatura que cerca a temática nos permitiu obter uma compreensão de que a prática do Carimbó tem uma forte influência dentro da cultura paraense, projeta uma movimentação forte no mercado e ensina a dança em uma proposta pedagógica de comunicação onde se podem expressar sentimentos e comunicar-se com diferentes linguagens.

Desse modo, o primeiro aspecto relevante é que o Carimbó expressado na mídia digital influencia a comunicação e a transformação cultural e social, pois se constitui de sujeitos que constroem cultura popular e movimentam fortemente o mercado regional de forma independente das convencionais, através das aulas nos ensaios, das reuniões em festas e de projetos sociais.

Este estudo também expõe que o Carimbó desenvolve, dentro de uma perspectiva de cultura popular, uma movimentação de valorização cultural, onde o grupo estudado provoca organicamente em seu cotidiano de encontros o fortalecimento da cultura paraense, visto que a prática é rica em manifestações regionais e carrega uma história que conta costumes paraenses.

É certo que ainda existem preconceitos voltados à temática. O enfoque no tema deste estudo é importante, pois valoriza os sujeitos sociais em sua prática rotineira quando a visibilidade da mesma, movimentando o contexto social, tendo como motivação principal o seu amor e prazer de dançar o Carimbó e com o objetivo de não deixar a prática morrer.

Nesse sentido, o tema que neste estudo foi destrinchado é amplo e rico em possibilidades de aprofundamento para futuras pesquisas, pois esse fenômeno massivo de manifestação cultural pode ser estudado em diferentes perspectivas. Portanto, se faz

necessário o desenvolvimento de estudos que façam relação com a temática do Carimbó e grupos de dança que produzem cultura e saber popular, no intuito de investigar essa temática e dessa forma somar com as pesquisas já realizadas.

REFERÊNCIAS

BARANCELLI L. L. R., PAWLOWYTSCH P. W. M., Dança e qualidade de vida: um estudo Biopsicossocial. **Repertório**, Salvador, nº 26, p.273-282, 2016.1.

BARROS, T. H. B. MORAES, J. B. E. A construção discursiva em Arquivística: aspectos culturais e ideológicos. *In*: ROMERO, N. L. (Org.). **Nuevas perspectivas para la difusión y organización del conocimiento**. 1.ed. Valência: Ed. Universidad Politécnica de Valencia, 2009. v.1, p.499-512.

CATENACCI, Vivian; **Cultura popular: entre a tradição e a transformação**. São Paulo em Perspectiva, Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n2/8574.pdf>>. Acesso: 16 agosto, 2018.

COSTA, Antônio M. Dias da Costa; **Festa na Cidade: o circuito bregueiro de Belém do Pará**. Revista TOMO, do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais da Universidade Federal de Sergipe. SãoCristóvão-SE, NPPCS/UFS, 2003, n 6.

DAOLIO, Jocimar; **Educação Física e o conceito de cultura**. Campinas, SP: Autores Associados – (Coleção polêmicas do nosso tempo), 2004.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2 ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GATTI, B. A. **Avaliação qualitativa dos projetos Pibid implementados em instituições de Ensino Superior** – IES localizadas nas regiões Sudeste e Sul. Relatório Técnico. São Paulo: OEI/CAPES, 2013.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa** – 5. ed. São Paulo: Atlas: 2008.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Record, 1997.

LEMONS, André. Ciber-cultura-remix. *In*: **Seminário Sentidos e Processos**. São Paulo, Itaú Cultural, 2005.

_____. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

LEMONS, Ronaldo; **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música/ Ronaldo Lemos e Oona Castro**. - Rio de Janeiro: Aeroplano 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÓSSIO, R.A.R.; PEREIRA, C.M.; **A importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local**. Bahia: Faculdade de Comunicação/UFBa. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2007/RubiaRibeiroLossio_CesardeMendoncaPereira.pdf>. Acesso: 19 abril 2018.

MESSA, Eric. **Influenciadores Digitais? #WTF: uma reflexão sobre a falta de visão das agências de publicidade sobre o universo de influência online**. Youpix, 2016. Disponível em acesso em 24 de nov. 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, Sulina, 2009.

SAFKO, Lon; BRAKE, David. **A Bíblia da mídia social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios**. São Paulo: Edgard Blucher, 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua: Repercussões na cultura e na educação**. São Paulo: Paulus, 2013.

SILVA, Expedito Leandro; **Do bordel às aparelhagens: a música brega paraense e a cultura popular massiva**. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. 2009.

SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Marciel Henrique. **Dicionário de conceitos históricos**. 3ªed. São Paulo: Editora Contexto, 2013.