
Entre ladeiras e vielas da comunidade do Amaro Branco em Olinda/PE: o Côco do Pneu como símbolo de manifestação de resistência cultural do ritmo afro-indígena¹

Pietra Silva Queiroz²

Universidade Federal de Pernambuco, Campus Recife, PE

RESUMO

Pernambuco é um estado do nordeste brasileiro que tem uma cultura popular bem marcante em todo o seu território. O presente trabalho analisa o Côco de roda como uma representação de folkcomunicação, termo difundido pelo jornalista e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão. O côco, que é um ritmo percussivo celebrado com dança de roda possui uma forte presença no estado e é muito apreciado pelos nordestinos que cultuam a cultura popular pernambucana. O ritmo que possui raízes afro-indígenas é símbolo da resistência cultural e é celebrado semanalmente por algum grupo em algum local da capital Pernambucana, das cidades vizinhas e nas cidades do interior do estado. Um grupo bastante conhecido entre os frequentadores das sambadas é o Côco do pneu, situado na comunidade do Amaro Branco na cidade de Olinda. O grupo será o elemento chave desta pesquisa, que foi um trabalho bibliográfico e de imprescindíveis idas à campo, tanto em momentos de sambadas, quanto em momentos que exigiam um silêncio para a realização de entrevistas.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Estudos culturais; Cultura popular; Côco de roda

1. Introdução

A folkcomunicação é um campo de estudo que visa estudar a cultura popular e as formas de comunicação populares e tradicionais presentes nas comunidades marginalizadas da sociedade. Ela se concentra nas práticas de comunicação que se desenvolvem dentro de uma comunidade específica, transmitidas a princípio oralmente, através de expressões culturais e tradições.

Essa teoria busca entender e analisar as diferentes formas de comunicação presentes dentro de uma cultura popular, explorando como elas são criadas, transmitidas e recebidas pelas comunidades e o seu entorno. O que envolve também o estudo das narrativas transmitidas oralmente, as práticas de comunicação em festejos e celebrações

¹ Trabalho apresentado grupo de pesquisa Folkcomunicação do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestranda do curso de comunicação da UFPE, e-mail: pietraeducadora@gmail.com

populares, as expressões artísticas locais e a relação entre as tradições culturais e a identidade das comunidades. O presente trabalho que utiliza dos estudos da folkcomunicação para caracterizar o grupo olindense de Côco conhecido como Côco do pneu, tem em sua abordagem a era digital, no qual os saberes populares que eram transmitidos de forma oral, passaram também a ter a internet e os aparelhos midiáticos como forma de transmissão da cultura popular.

Baseado nos estudos culturais de Stuart Hall (2003) e na proposta de comunicação comunitária da Cicilia Peruzzo (2005), este artigo analisa as formas da autêntica cultura popular como forma de resistência cultural das sociedades marginalizadas. Para a leitura é importante ter o conhecimento do processo histórico desta marginalização, que é resultado da colonização que matou e escravizou negros e indígenas brasileiros. O sistema capitalista que visa o acúmulo de capital gera desigualdades sociais e reforça as comunidades marginalizadas, estas que são carentes de políticas públicas do Estado. É diante desse cenário de desigualdades que a comunidade cria meios de sobrevivência e resistência política, um exemplo destas formas de sobreviver é através das realizações de práticas das culturas populares.

Para a realização desta pesquisa, ocorreram além das idas a campo com a vivência de participar das sambadas de côco do Côco do Pneu, entrevista com o fundador do grupo e levantamento bibliográfico acerca da temática.

2. Cultura popular e folkcomunicação

Considerado o quinto maior em extensão territorial do planeta, o Brasil teve em sua história diferentes tipos de colonização e imigração, sendo considerado um país de extrema miscigenação. Tal mistura entre povos nativos (indígenas), colonizadores, escravos trazidos da África e imigrantes resultou em diversas etnias e culturas diversas, que variam de acordo com o lugar e seu histórico. O nordeste brasileiro é dividido em nove estados e cada um possui características particulares, seja em aspectos físicos, etnográficos ou históricos, o que influencia diretamente nas diferentes e variadas culturas presentes em seus estados.

De acordo com Ferreira Gullar (2006), “Quando se fala em cultura popular acentua-se a necessidade de pôr a cultura a serviço do povo, isto é, dos interesses efetivos do país”, destacando o lado político e os fatores sociais que estão agregados às culturas populares. Para o autor, a cultura popular é gerada a partir do conhecimento e das vivências de cada povo e a região em que foi estabelecida.

Luiz Beltrão (08/08/1918 – 24/10/1986), nascido na cidade de Olinda/Pernambuco, foi um jornalista e pesquisador pioneiro do campo da comunicação no Brasil. Foi responsável por criar uma disciplina para estudar a cultura popular e a sua relação com os meios de comunicação, a disciplina foi denominada por Folkcomunicação. O termo que foi desenvolvido e estudado por Beltrão no final da década de 1960, foi o marco teórico presente na sua tese de doutorado defendida no ano de 1967, na Universidade de Brasília. Na sua trajetória acadêmica, para esta pesquisa, destaco três importantes obras: “Folkcomunicação: Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de ideia”, tendo sua primeira versão publicada em 1971, “O sistema da Folkcomunicação” de 1980 e “Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados”, do mesmo ano. De acordo com o pernambucano o estudo da folkcomunicação é “o processo de intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, idéias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore” (2001, p.79).

Os estudos sobre folkcomunicação tiveram tanta importância para as pesquisas em comunicação que Luiz Beltrão teve as suas pesquisas atualizadas por outros pesquisadores da área, dentre eles se destacam José Marques de Melo, Roberto Benjamin, Osvaldo Trigueiro e Cristina Schmidt.

A semântica da palavra folkcomunicação é autoexplicativa: “folk” que advém de “folclore” e “comunicação. O folclore aqui analisado são as manifestações culturais e é um termo utilizado para denominar um conjunto de contos e crenças populares, conforme Edson Carneiro (2011) o folclore pode ser dito como uma “expressão das aspirações e expectativas populares” (CARNEIRO, 1965, p. 22), ele surge a partir da localização geográfica, dos costumes e das tradições e por isso pode ser entendido como uma extensão da cultura popular. Antes da chegada da era digital essas tradições eram transmitidas da forma oral, no entanto a globalização junto à tecnologia com as suas ferramentas digitais, facilitaram a divulgação da cultura popular para outras culturas e também os seus acessos e hoje temos uma cultura popular que pode ser acessada através das telas tecnológicas. Pode se dizer então que a folkcomunicação é uma disciplina que apesar de ter sido criada em outra realidade temporal e social, está em constante adaptação- a relação da comunicação com o folclore evolui de acordo com a evolução dos meios de comunicação.

Considerando que a cultura popular, segundo Cicilia Peruzzo é um modo político de “colocar os meios de comunicação a serviço dos interesses populares” (PERUZZO,

2005, p. 20), ela surge para servir culturalmente comunidades impostas como marginalizadas pelo sistema capitalista. Diante desta realidade pode-se dizer que manter firme uma cultura popular autêntica (HALL,2003) em meio a uma indústria cultural, simboliza resistência, visto que muitas das vezes a cultura popular também é apropriada por esta indústria que visa o lucro, e assim acaba sofrendo modificações no seu intuito social e deixando de lado os aspectos que fundamentam uma cultura feita pela comunidade e feita para a comunidade. Para esta pesquisa abordarei a cultura popular “autêntica”, esta que é cultura advinda das comunidades marginalizadas e que não sofre com as apropriações culturais do capitalismo.

Stuart Hall traz em suas obras, valiosas contribuições para os estudos culturais. Ele explica a cultura popular como fruto das vivências e das lutas sociais (2016). Desde antes da colonização, a matriz do modelo de pensamento da ordem social que predomina é pautada no eurocentrismo. Após muitos países serem colonizados por países europeus, esse eurocentrismo se perpetuou e se instaura até os dias atuais. Hall que era jamaicano, mas erradicado na Inglaterra, vivenciou essas tensões e a partir das suas vivências trouxe contribuições para os estudos sobre identidade cultural, como podemos ver no seguinte trecho:

“(...)fiz amizades em outros lugares. Passei minha adolescência negociando espaços culturais... estou tentando dizer que vivi as tensões coloniais clássicas como parte histórica pessoal. Minha própria formação e identidade foram construídas a partir de uma espécie de recusa dos modelos dominantes de construção pessoal e cultural aos que fui exposto” (p. 409, 2003).

3. Internet e era digital

Com o advento da internet, as tecnologias de informação e comunicação (TIC) passaram a ingressar o dia a dia social. O digital passou a ter funções essenciais na convivência das sociedades. No século passado a mídia digital, que tinha um papel jornalístico, político e de entretenimento não era acessível aos cidadãos de todas as classes e os seus produtores eram os únicos responsáveis pela produção do conteúdo midiático.

A transição do século XX para o século XXI que marcou o *boom* da internet, fez com que a tecnologia se avançasse significativamente e passou a ser acessível para outras classes sociais além da classe social composta por cidadãos com um maior poder aquisitivo. Cidadãos de todas as rendas passaram então a ter acesso à conteúdos midiáticos e também passaram a serem produtores e reprodutores de mídias, deixando de serem meros espectadores ou ouvintes (PERUZZO, 2008). Um novo espaço, agora

digital, conceituado como ciberespaço pelo sociólogo Pierry Levy (1999), formado por uma rede de informações e conhecimentos mediados por computadores e interligados pela internet, vem transformando os meios e a forma de comunicação dos seres humanos.

A criação das tecnologias, portanto possibilitou uma transformação nas relações humanas e no consumo das mídias. A internet foi um transformador social na vida das pessoas e também da cultura, otimizando muitos processos da comunicação, assim como propagar mensagens ou conteúdos para diversos lugares- para além do território local, permitindo interação à distância.

Levando em consideração que entre março de 2020 e maio de 2023 estava declarada a pandemia do Covid-19 pela Organização Mundial de Saúde (OMS) em que o lema para diminuir a propagação do vírus era “fica em casa”, todas as estruturas da sociedade se viram tendo que se remodelarem para o espaço digital e se permanecerem ativas, incluindo os grupos de cultura popular. A modalidade de consumir e comercializar cultura passou a ser mediada pelas redes sociais, principalmente pelo *Instagram*, e os muitos grupos de cultura popular se viram numa posição de resistência ainda maior, pois tais grupos se mantém vivos a partir da contribuição e da interação com a comunidade e com a sociedade.

O Instagram, em 2023 é umas das redes sociais mais utilizadas no mundo. A plataforma que foi criada no ano de 2010 além da postagem de fotos, vídeos e transmissões ao vivo, permite também anúncios de propagandas comerciais e a interação dos usuários. Sua principal proposta é simples e funciona a partir da exposição de fotos e vídeos na sua rede de amigos da internet. Considerando que o número de utilizadores ativos aumentou em grandes proporções após a pandemia do Covid 19, a Meta (empresa controladora do *Instagram*, do *Facebook*, do *Whatsapp* e da recém-criada *Threads*), em outubro de 2022, divulgou que foi realizado um balanço e foram registrados dois bilhões de usuários ativos globalmente.

Os perfis criados para o Instagram podem ser pessoais, de marcas e de instituições, e a rede social é uma das principais ferramentas do meio digital para a divulgação de diversos segmentos de conteúdo. Logo, muitos grupos de cultura popular e de folkcomunicação atualmente utilizam da plataforma como ferramenta divulgadora do que produzem. Sobretudo a comunicação comunitária na internet é desafiadora e o estudo da folkcomunicação apresentado no tópico anterior se faz importante para fortalecer a cultura e encarar tais desafios.

4. Côco de roda e o Côco do pneu

Considerado o quinto maior em extensão territorial do planeta, o Brasil teve em sua história diferentes tipos de colonização e imigração, sendo considerado um país de extrema miscigenação. Tal mistura entre povos nativos (indígenas), colonizadores, escravos trazidos da África e imigrantes resultou em diversas etnias e culturas diversas, que variam de acordo com o lugar e seu histórico. O nordeste brasileiro é dividido em nove estados e cada um possui características particulares, seja em aspectos físicos, etnográficos ou históricos, o que influencia diretamente nas diferentes e variadas culturas presentes em seus estados. Em Pernambuco é possível notar a forte presença de grupos de cultura popular em seus espaços urbanos e em espaços marginalizados. A presença de ritmos percussivos e do frevo nas cidades pernambucanas marca a história cultural do estado.

O côco é um ritmo de dança, música e poesia presente nos estados do nordeste brasileiro e tem bastante popularidade nos centros urbanos e nas comunidades da capital do estado de Pernambuco e na região metropolitana. A cidade de Olinda, está localizada ao norte da capital e possui um contexto histórico e social marcado pela colonização e pela presença e resistência da manifestação artística/cultural que remontam ao período colonial e escravocrata. Tal resistência justifica a grande variedade de grupos de cultura popular que persistem para se manterem firmes em meio à indústria cultural e à falta de incentivos governamentais.

De acordo com pesquisadores, a origem do côco, em termos geográficos e etnográficos, é complexa e variável pois, mesmo com características marcantes da cultura africana, por ter ocorrido durante o período de escravidão no Brasil, ela pode ser resultante de um entrelaçamento étnico com as tradições indígenas e europeias, além disso, os documentos históricos da escravidão foram destruídos após a abolição (RAMOS, 2007), dificultando precisar sua origem.

Segundo Aluisio Vilela (1980), o coco tem origem na região do quilombo dos Palmares, onde hoje é o estado do Alagoas, mas que na época era a capitania hereditária de Pernambuco. O autor conta que na região haviam muitas palmeiras e que o nome do “canto que se tornou dança” advém do fruto dessas palmeiras: os escravos comiam a polpa dos cocos que estavam maduros, retirando suas amêndoas. Para isso, era necessário quebrá-los com uma pedra. Possivelmente, inspirados pelo ritmo das pancadas que a

pedra fazia sobre o coco, e acrescentando a ele cantigas de trabalho, surge o que é chamado do ritmo coco, que envolve canto, dança, poesia e participação popular.

Tendo um ritmo marcado por instrumentos de percussão como zabumba, pandeiro, alfaia, entre outros, o côco ao ser escutado é perceptível que possui influências africanas e indígenas. Em algumas de suas canções há a saudação para entidades da natureza cultuadas pelos povos escravizados no Brasil. É uma manifestação de cultura popular que quando é dia de ser celebrada por algum dos grupos, toda a comunidade é envolvida: a zabumba é escutada há metros de distância, comparece aos locais de realização bastante pessoas, dentre elas jovens e adultos de variadas localidades e percebe-se que quase todos são envolvidos pelo canto e pela dança do samba de côco, é uma festa bem animada.

Considerando que Olinda é uma cidade litorânea do período colonial, seu contexto social remete às mazelas deixadas pela colonização e pela escravização dos negros no estado. É perceptível aspectos culturais que remontam aos períodos passados e a cultura popular em Olinda serviu e ainda serve de apoio e nasce das famílias prejudicadas deste período do Brasil colonial com sucessão na escravização. É uma cidade com concentração de atividades culturais produzidas pela população, entre elas o côco de roda, o frevo, o maracatu, o ritmo cavalo marinho, o afoxé, o forró, etc. E é no bairro do Amaro Branco que se encontram diversos nomes relevantes do côco.

Tradicionalmente no último sábado de cada mês, acontece a sambada do “Côco do Pneu”, ela é uma das sambadas mais conhecidas pelos olindenses e acontece no bairro do Amaro Branco, bairro periférico onde se encontram também outros populares grupos do ritmo afro indígena.

Visto que existem poucas obras que abordam o Côco do Pneu para a referenciação bibliográfica deste trabalho, foram feitas idas à campo e entrevista com o fundador do grupo, a conversa foi gravada pelo gravador de celular de quem realiza esta pesquisa. Fernando Antonio da Anunciação, nascido em 27/02/1962, pescador e músico é conhecido como Mestre Lu do Pneu e concedeu uma entrevista para contar a história do Côco do Pneu (entrevista: ANUNCIAÇÃO, 2023). Mestre Lu é um dos fundadores do grupo e conta que a história do pneu surge em 1970, quando ele tinha sete anos de idade e seu pai achou um pneu de caminhão enterrado na areia da praia do Janga (praia pertencente à cidade Paulista, situada ao norte de Olinda), e o leva para a sua casa, situada no bairro do Amaro Branco. Tal objeto serviu como artefato de uso diário: utilizado como

mesa de centro de socialização da família e dos amigos e também pelas crianças, que utilizavam do pneu como objeto para brincadeiras. Nas próprias palavras de Mestre Lu “esse pneu rodou demais”, em sua fala ele acrescenta que quando tinha entre doze e treze anos já frequentava as sambadas que existiam no bairro, estas que já compunham o cenário cultural da região. Ele continua a entrevista dizendo que se passaram alguns anos e devido a problemas familiares, sua família se mudou para o beco onde ocorrem as sambadas até os dias atuais, com a mudança de casa o pneu também foi levado para a nova residência.

Já com um pouco mais de idade e contemplando a riqueza cultural que a cidade oferecia, Mestre Lu começou a movimentar a cena cultural do bairro e criou uma escola de samba que era conhecida como “Turma do Pneu”. Ele conta que nos encontros da escola de samba os participantes também brincavam o ritmo do côco e a escola de samba composta em sua maioria por pescadores da região, naturalmente acabou se tornando um grupo de côco, que se reunia e festejava em vários locais da cidade, divulgando o grupo e fazendo com que se tornasse uma das referências do Côco da região. Fernando discorre que um dos seus companheiros de côco propõe criar um festejo oficial e anual no dia 29 de junho, dia de São Pedro. E a partir daquele ano, em 1989 surgiu oficialmente o Côco do Pneu, que posterior aos seus festejos anuais, passou a ter encontros mais frequentes e atualmente é um festejo mensal.

Ao ser questionado sobre as dificuldades enfrentadas pelo o grupo mesmo com o seu reconhecimento nacional, Mestre Lu conta que elas surgem devido à falta de incentivos financeiros pelo Estado:

“Dentre as maravilhas (que fazer as sambadas proporcionam) falta muita coisa, para fazer a sambada aqui é muito difícil. Sou eu sozinho, já até fizemos vários projetos para ajudar não só a minha (sambada), mas também as outras sambadas que acontecem por aí, mas nem sempre sou atendido e nem sempre é o suficiente. Falta apoio financeiro do governo e patrocínio. O som por exemplo sou eu que pago, sai do meu bolso, mas eu gosto e adoro, faço por amor.” (ANUNCIAÇÃO, 2023)

Foi perguntado ao músico também, sobre os meios de sobrevivência no período pandêmico, tal pergunta levou a outra pergunta que foi sobre suas redes sociais. O músico pescador para responder as perguntas, disse que a rede social é uma ferramenta de importante divulgação do grupo e na pandemia elas auxiliaram nas transmissões das *lives* organizadas pelo grupo e divulgadas no seu perfil do *Instagram* e no *youtube*.

Com um perfil com quase quatro mil seguidores na rede social “*Instagram*”, é possível acessar as postagens em seu *feed* (@cocodopneu) com divulgações das sambadas a serem realizadas, informações importantes e registros das madrugadas de apresentações. A conta que foi criada em 2019, até o início de agosto do ano de 2023 possuía 198 postagens. Observando estas postagens é notável que a popularidade do grupo entre os apreciadores do ritmo não é a mesma popularidade no Instagram: são poucas as interações e curtidas para a quantidade de seguidores e são poucas postagens mensais.

As idas a campo confirmaram a popularidade do grupo e presença nas sambadas foram em três noites: 22/04/2023, 29/06/2023 e 29/07/2023. Nos becos que ela acontece reúnem-se pessoas de vários lugares, são elas amantes do ritmo de outras regiões, moradores do bairro do Amaro Branco e curiosos turistas pela cultura popular pernambucana. O local onde mora o mestre Lu e a sua família é onde ocorre a sambada do Côco do Pneu que começa no final da noite e se estende durante toda a madrugada.



Foto 1: Mestre Lu no dia da entrevista. Autoria própria, 2023



Foto 2: Entrada do beco principal do Côco do Pneu. Autoria própria, 2023

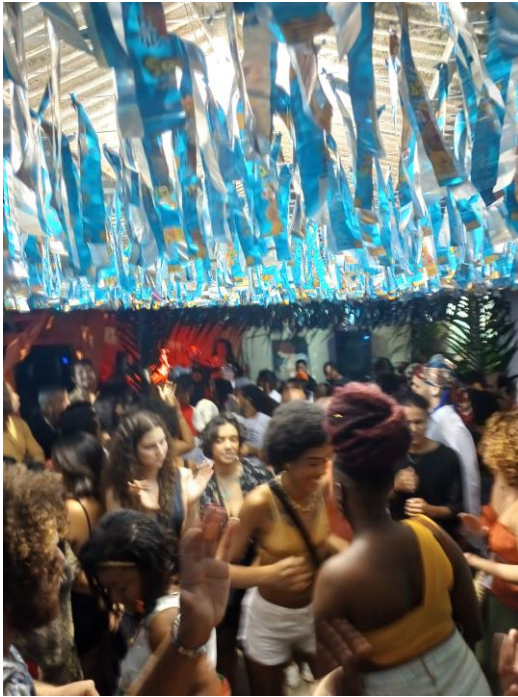


Foto 3: Freqüentadores do cômico do Pneu dançando em uma roda de cômico. Autoria própria, 2023



Foto 4: Músicos cantando e tocando cômico no palco do Cômico do Pneu. Autoria própria, 2023.



Foto 5: Músicos cantando e tocando cômico no palco do Cômico do Pneu. Autoria própria, 2023



Foto 6: Músicos, público e colaboradores do Cômico do Pneu. Autoria própria, 2023

Considerações finais

De acordo com o contexto em que surgiu, como surgiu e por quem é disseminada, a manifestação cultural do côco se enquadra no conceito de folkcomunicação criado por Luiz Beltrão, logo o Côco do Pneu exemplifica a tradição popular que teoriza o termo. Observa-se que a cultura popular em Pernambuco é ativa e bastante presente entre as comunidades pernambucanas, talvez esta tenha sido uma contribuição para motivar as pesquisas do Beltrão, visto que ele é olindense.

As culturas populares desde as suas fundações estão numa posição de resistência e como vivemos numa era globalizada e digitalizada, os grupos produtores da cultura popular autêntica utilizam das redes sociais digitais como ferramenta para divulgar o que é produzido. Mesmo tendo problemáticas que surgem junto com a internet, as redes sociais se tornam aliadas aos grupos produtores de cultura popular quando utilizadas como meio de divulgação das mídias destes grupos, pois seus conteúdos se bem produzidos e seguindo técnicas do marketing e da publicidade têm a capacidade de ter um alto alcance, propagando não só o conteúdo em si, mas toda a mensagem que tem intrínseca no conceito de cultura popular, fortalecendo assim o grupo que produz a mídia.

Apesar de possuírem um perfil oficial no *Instagram* que serve de apoio às divulgações das sambadas que acontecerão e como ferramenta de acervo de registros dos dias de festejo, como já mencionado o perfil @cocodopneu não possui tantas movimentações comparado ao seu número de seguidores e a outros perfis que sobrevivem da plataforma. Isso representa que o Côco do Pneu segue a tradição nas suas divulgações assim como nas raízes teóricas da folkcomunicação, em que a cultura popular (antes de se ter acesso à internet) era transmitida por meios orais, uma vez que já é tradição ter a sambada do Côco do Pneu no último sábado do mês e no dia de São Pedro. E dia de sambada do Côco do Pneu é dia de grande movimentação no Amaro Branco.

Referências bibliográficas

ANDRADE, Mario. **Os cocos**. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 2ª edição, 2002.

ANUNCIACÃO, Fernando **Antonio da. A história do Côco do Pneu**. Entrevista concedida a Pietra Silva Queiroz. Olinda/PE. 16/08/2023.

BELTRÃO, Luiz. **O sistema da Folkcomunicação**. In: Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados. São Paulo: Cortez, 1980.

_____. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias.** Porto Alegre/RS: EDIPUCRS, 2001.

_____. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados.** São Paulo: Cortez, 1980.

CARNEIRO, Edson. **A dinâmica do folclore.** Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1965
CORRÊA, Bianca Cristina. **Política de educação infantil no Brasil: ensaio sobre os desafios para a concretização de um direito.** 2011.

GULLAR, Ferreira. **Cultura Posta em Questão. Vanguarda e Subdesenvolvimento: Ensaio sobre arte.** Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 2ª Edição, 2006.

HALL, Stuart. **Da diáspora.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003

_____., Stuart. **Cultura e representação.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio Apicuri, 2016.

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

PERUZZO, Cicilia M.K. **Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados.** Reelaboraões no setor. In: Palavra Clave, v. 11, n. 02. 2008.

_____. **Direito à Comunicação Comunitária, participação popular e cidadania.** Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 2005.

SANTOS, José L. D. **O que é cultura.** Editora Brasiliense, Coleção Primeiros Passos, São Paulo, 1987. Disponível em: <https://www.netmundi.org/home/wp-content/uploads/2017/04/Cole%C3%A7%C3%A3o-Primeiros-Passos-O-Que-%C3%A9-Cultura.pdf>

THOMPSON, Jonh B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.

VILELA, Aloísio. **O coco de Alagoas: origem, evolução, dança e modalidades.** Museu Théo Brandão. UFAL, 1980.