

O Pelourinho como enunciador de modos e modas

Cíntia SanMartin Fernandes- Doutora em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atualmente realiza Pós-Doutorado em Comunicação e Semiótica na PUC-SP e compõe o quadro de pesquisadores do Centro de Pesquisas Sociossemióticas (CPS) coordenado por Ana Cláudia M. Oliveira (PUCSP) e Eric Landowski (CNRS/Paris)
Email: cintia@LagoadaConceicao.com

Josenilde S. Souza (Jô Souza) - Mestranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. Pesquisadora do Centro de Pesquisas Sociossemióticas (CPS) coordenado por Ana Cláudia M. Oliveira e Eric Landowski (CNRS/Paris).
Atualmente é docente da graduação de moda da UNIFMU-SP.
Email: zizizaza@gmail.com. Blog: <http://modacine.blogspot.com>

Resumo

A moda como modos de ser, como identidade de uma cidade, de um lugar, de um grupo é tema central deste artigo. Elegemos o Pelourinho, em Salvador, como espaço a ser investigado tendo como objetivo compreender como as interações entre gestos, espaços, temporalidades, e movimentos geram sociabilidades singulares através das práticas socioculturais cotidianas de um determinado lugar.

Palavras-chaves: comunicação; sociabilidade; moda; cultura.

Abstract

The central theme of this article is fashion, as a way of being and the identity of a city, of a place, of a group. We chose the Pelourinho, in Salvador, as a space to be investigated, aiming to understand how the interactions between gestures, spaces, temporalities, and movements can generate natural sociability through the everyday sociocultural practices of a particular place.

Keywords: communication, sociability, fashion, culture.

Salvadorⁱ como *lugar*. As pontes e as portas

As relações socioculturais (branco, índio e negro) marcam a moda baiana. Uma pluralidade étnico-cultural que reproduz até hoje, as diferenças culturais e as desigualdades sociais. Segundo Fernandes (2005), Salvador é

hoje uma cidade que espelha o ser pós-moderno, no sentido de aliar o que aparentemente parece impossibilitado de “existir como”, no sentido de ser constituída pequenas tribos misteriosas, que vivem temporalidades muito distintas na construção das possibilidades de agregação social.

Conforme a autora, o lugar pode ser entendido como “espaços afetivos” e de alteridade que se constroem, tomam forma, à medida que são vividos, experienciados, sensivelmente e intelegivelmente por uma prática de reconhecimento resultante de processos de construção identitária (LANDOWSKI, 2002). Pensar Salvador com o auxílio da categoria lugar, significa compreender a cidade como o espaço das efervescências de diversos grupos (ou tribos), em que diferentes identidades solidificam-se, mas que ao se relacionarem nos espaços públicos passam a fazer parte de uma outra rede de relações. Passam a constituir uma rede rizomática (no sentido deleuzianoⁱⁱ) em que vivenciam interações abertas onde o contato e o diálogo permitem um desenvolver identitário não fixo, mas fluido. Lançam-se, assim a uma interação com a potencialidade de criação de um "outro lugar", um outro *ethos*, um *ethos* que engloba as diversidades vividas em seus cotidianos sócio-espaciais.

Em Salvador, há diversos espaços que se constituem como “um lugar” de representação da comunhão de diversidades estético-culturais coexistentes na cidade. Ou melhor, se tornam espaços lugarizados como o Pelourinho, as praças Campo Grande e da Piedade, a Lagoa do Abaeté; as escadarias do Bomfim; as livrarias e os bares do Rio vermelho; o Corredor da Vitória com seus “pontos culturais” e feiras alternativas; o mercado Modelo, a Feira de artesanato do Rio Vermelho e da Feira de São Joaquim; os shopping centers da cidade, desde a Liberdade até a Av. Paralela, entre tantos outros exemplos.

Esses lugares que representam o espaço da sociabilidade por excelência são fortalecidos e sedimentados pelos sentimentos em comum e por uma forma de expressão também comum aos que os fazem espaços da “comunicação-comunhão”. Deste modo, as “portas e as pontes” (SIMMEL, 1983) servem como metáfora das conexões sócio-políticas culturais que vão tecendo a rede interpessoal na cidade, uma rede na qual a dimensão estética (correspondência) do viver, o compartilhar de sentimentos, emoções e paixões comuns, ganha relevância na constituição da potência comunal, ou dos espaços mediativos, comunicativos que rompem com o estabelecido e com toda estratégia pública de ordenação dos espaços e de poder territorial (FERRARA, 2007).

Os espaços comerciais da Rua Chileⁱⁱⁱ, Baixa dos Sapateiros^{iv}, Av. Carlos Gomes convidam o “passante” a caminhar de uma rua a outra não somente por espaços “programados” pelas mediações econômicas, mas por relações estéticas em que a enunciação dada pelos sons, odores e gestos descentralizam o ser de sua experiência funcional lançando-o a uma experiência estética e, porque não mítica. Portanto, é possível investigá-los sob a hipótese de ser um espaço que também possibilita relações capazes de descentrar o valor econômico das relações e eleger outros valores, e sucessivamente ações, que no cotidiano da interação e experiência com o espaço e com os “outros”, carrega consigo a potencialidade de gerar (e gerar) novas sociabilidades.

As ruas comerciais na atualidade podem ser vividas tanto como espaços de “manipulação nas manifestações comerciais” (OLIVEIRA, 1997) como possíveis lugares do encontro, do *élan* comunitário onde o consumo pode ser o

elemento que aparece num plano mais superficial da análise. É preciso “entrar” nas ruas e escavar os sentidos das sociabilidades presentes neste espaço significativo de interações tão diversas.

Esse aspecto é fundamental para se compreender a dinâmica das relações e práticas socioculturais da comunidade soteropolitana, pois grande parte da sociedade descende da cultura negra^v e carrega consigo a dialética entre o mundo material e imaterial, onde as relações humanas são permeadas pelas relações religiosas que, por sua vez, orientam uma conduta diante do mundo estabelecida na idéia do “eterno retorno”.

Viver sob o tempo cíclico do "eterno retorno" significa para essa cultura que é preciso aprender com o passado a fim de viver o presente reflexivamente, mas uma reflexividade que alcança o que M. Maffesoli (2001) e G. Durand (1969) denominam de *contenu e humus*^{vi}.

Na cultura nagô, a idéia de progresso, associada ao tempo futuro, desaparece. O importante é viver o presente com inteireza, buscando nas forças imateriais dos "orixás" (elemento religioso associado sempre aos elementos da natureza, como fogo, trovão, águas etc) os instrumentos para seguir a vida, reconstituindo-se eternamente em sua força vital para poder gerar vida comunitária reflexiva também^{vii}.

O imaginário evocado na memória corporal e emocional pelo tambor e por outros símbolos presentes no cotidiano de Salvador – como cores das roupas, formas de dança, culinária e simbologia religiosa – constituem aquilo que Gilbert Durand^{viii} definiu como representantes da dramatização cíclica dentro da organização do mito do retorno.

A comunicação é responsável pela complementaridade entre esses dois mundos^{ix}. Assim, o campo da imaterialidade é vivenciado com a comunicação oral e corporal, com o canto e da dança, em que os tambores assumem um papel central no sentido de dar o ritmo comunicacional.

O tambor aparece na cultura nagô como um instrumento de comunicação entre os dois mundos. Como um potencializador da interatividade entre eles. Esse imaginário está presente e vivo nas ruas de Salvador. É difícil não reconhecer o poder da comunicação deste instrumento utilizado como símbolo de evocação afetiva tradicional e espiritual^x.

Pelourinho, disseminador de modos e modas.

Nos anos 90, o Pelourinho foi considerado o celeiro da moda local, onde diferentes tribos estão reunidas e co-existem nas diferenças, social, ideológica e cultural. Moda como manifestação social e cultural. Somente subindo e descendo as ladeiras temos encontros com diversos estilos, comportamentos e dialetos locais.

Assim, alguns ateliês de artistas, de estilistas e designers foram instalados no pelourinho e resistem até hoje, como é o caso da estilista Márcia Ganem e da designer Goya Lopes. Além do projeto Axé, uma iniciativa do italiano Cesare La Rocca que levantou a alta estima local, fazendo desfiles com roupas criadas pelos alunos e chamando atenção da mídia nacional. Utilizava celebridades nacionais para apoiar o projeto, como foi o caso do desfile que contou com a participação de Luiza Brunett e Caetano Veloso.

Mapeando a região encontramos: os salões de cabeleireiros black, afro, as lojas de artesanato, os vendedores ambulantes, museus, Igrejas, as Organizações não governamentais, praças, bancos, lojas de jóias, as casas de

cambio, teatros, as praças, as igrejas, grifes alternativas (projeto Axé), atelier de estilistas, estabelecimentos de alimentação, lojas de roupas e acessórios para as tribos mais diversas como o *new hippie*, a cultura do axé, o reggae, o turista, são integrados a este espaço constituindo-se como um lugar de sociabilidade.

Passamos pela experiência de compartilhar diferentes estilos estéticos, diferentes identidades que se deixam desvelar por diferentes possibilidades de modos de ser. Cada rua representa o “lugar” de cada grupo.

Nas ladeiras há o predomínio da cultura do reggae com suas roupas largas, coloridas, cabelos com dreadlocks. Sons de Bob Marley que utiliza de um artifício paradoxal na construção musical ao compor canções de melodias “mansas”, suaves, para expressar um conteúdo denso, com forte componente crítico social.

Mais marcadamente, as culturas *black* (afro-descendentes) nos convidam a ser *voyeurs* das suas diversas expressões. Seja no cromatismo, formas e estilos das roupas, no toque dos tambores, no jogo da capoeira, nos modos de arranjar os cabelos e a cabeça transmutando todo o gestual corpóreo, bem como nas procissões sincréticas realizadas em homenagem aos santos da igreja católica que em sua enunciação dar a ver as correspondências com os santos do candomblé.

Desse modo, compreendemos que além da incorporação dos valores *black*, nestes locais comerciais encontramos aquilo que Antônio Risério^{xi} chama atenção para o entendimento do “neonegro”. Conforme o antropólogo, esses espaços são significantes na medida em que são vividos como referenciais relacionais onde sua estima é valorizada. Espaços em que as

cores fortes de suas roupas, a ostentação de sua vasta cabeleira e o contraste de sua pele reluzente são mais do que “aceitos”, pois são vividos numa verdadeira relação de alteridade.

A partir das ladeiras, ruas e ruelas do Pelourinho somos instaurados numa espacialidade cuja topologia divide-se entre alto e baixo (cidade alta e cidade baixa). A comunicabilidade entre esses dois espaços alto/baixo ocorre por meio de ruas, elevador (Lacerda) e Plano Inclinado (funicular). Desse modo, as relações horizontalizadas em cada plano se comunicam verticalmente entre si. Os movimentos ascendentes e descendentes corrompem a possível linearidade da relação corpo/espço. O corpo experiência essa dinâmica através das modalidades e modulações do tônus muscular ao se ajustar às formas do lugar, a sua espacialidade.

Esse ajuste corpo/cidade nos faz pensar na dimensão comunicativa do espaço, sua sociabilidade constituída por meio de relações que estão para além das racionalidades e intencionalidades cognitivas, conformando-se por meio de estesias, plásticas e estéticas originadas no plano da sensibilidade.

E assim, os modos de vestir, as escolhas das formas e cores das roupas de quem circula pelo lugar não pode ser pensados sem articular espacialidade, corpo e roupa, que pode vir a se desdobrar em moda, ou na expressividade dos modos de ser. Interessante é notar que a diversidade das cores utilizadas nas fachadas coloridas dos casarões antigos, reiteram-se nas roupas das pessoas que ali freqüentam e habitam. Corpo/roupa/espço integrando-se e dando a ver que ali é um lugar.

Ao transitar pelos pelas ruas do Pelourinho encontramos a celebração dos diversos estilos de vida fundados no tempo do prazer profundo e imediato

eternizado pelas cores, ritmo, cheiro, corpos. Corpo complexo e múltiplo, pluricultural, plurigestual, dinâmico que somente pode ser compreendido no processo mesmo da configuração da dinâmica dos corpos em interação com o espaço.

Assim, as lojas deixam de ser os únicos expositores de produtos, sendo o corpo a sua extensão, tornando-se vitrinas de estilos móveis mas não para aparentar *status* de exposição de grifes da moda, como ocorre nos *shopping centers*.

O Pelourinho pode ser visto como um espaço de difusão de idéias e estilos referentes ao universo da moda, estabelecendo uma ponte com as manifestações concretas da cultura. Alimentando assim, a inspiração de estilistas, designers, antropólogos, sociólogos e formadores de opinião que mapeiam o local e cujo trabalho pode ser consumido no mercado, desde lojas de luxo até as lojas de departamento.

A espacialidade do Pelourinho cumpre o papel de difusor da moda. A roupa é um dos traços significativos e expressivos do estilo. Expandido para música, estética, gestual, decoração e acessórios. São essas as categorias expressivas do indivíduo, usadas para se sentir "aceito" na tribo e permitir também uma demarcação das fronteiras dos grupos sociais. A roupa e a visualidade do baiano são trabalhadas de maneira a construir uma identidade de grupo e um possível reconhecimento do estilo.

Como é o caso da tribo^{xii} do *reggae* (independe, de ser dia ou noite, verão ou inverno), em que se nota uma predileção pelas cores primárias. Os tecidos abusam de texturas e caimentos variados, desde a escolha de tramas mais leves contrastando com materiais.

O importante é perceber que estes territórios ao mesmo tempo em que estão demarcados por uma questão da lógica do espaço interagem entre si através de mediações que em processo contínuo rompe com o uso do espaço demarcado pela rotina, pelo hábito (FERRARA, 2008). Mediações entendidas como uma complexa experiência capaz de gerar ajustamentos nas formas de ação e interação do sujeito no mundo onde este, devido a sua autonomia e integridade, pode navegar e construir, em seu cotidiano, relações inesperadas, mais arriscadas, potencializando a aventura do lançar-se na cidade de forma sensual onde corpo e ambiente (artificial ou natural) interagem gerando outros significados para os locais, transformando-os em *lugares* (FERRARA, 2007).

Com isso afirmamos que os espaços se *lugarizam* na medida em que os indivíduos se apropriam destes - sentindo-os, intercambiando com o ambiente, desvelando-os ao mesmo tempo em que se desvelam - e gerando a possibilidade de infinitas conformações de espacialidades que tecem o cotidiano da vida cidadina. Trama infinita e aberta. Rede geradora de possibilidades comunicativas em que as informações, os desejos e as fantasias circulam em um mecanismo de *proximidade*.

Daí a existência das pequenas tribos, efêmeras ou duradouras, conduzindo ao possível viver cíclico, viver que une o "lugar" e o "nós", mesmo diante da complexidade do mundo vivido. Mundo de realidade imperfeita e atribulada, mas que não deixa de produzir um *co-naissance comum* (MAFFESOLI, 2007) que circula na dança múltipla dos cruzamentos e entrecruzamentos, constituindo tecido social cuja trama é complexa e diversa.

Deste modo, nesse Corpo Pelourinho "portas e pontes" são utilizadas no sentido de agudizar a ambivalência simmeliana, quer seja: como estratégias

de manter a unidade identitária dos diversos grupos, e ao mesmo tempo, como intercâmbio dos valores e das práticas identitárias sob uma perspectiva transgressora, não limitadora, mas expansiva e aberta a outras possibilidades de mediações desses mesmos grupos, a outros ajustamentos, a outros *porvires* que se deixam ver através da moda.

A moda a partir dos anos 80

A Bahia ficou muitos anos esquecida como criadora de moda, o mercado local foi ocupado pelas marcas nacionais que foram febres nos anos 80, para citar algumas: Divina Decadência, Varal, Iodice, Varal, Zoomp, Fórum, Yes Brasil. Por outro lado, a Bahia viveu um enriquecimento com a valorização do artesanato local.

Nos anos 90, aconteceu o fortalecimento da moda local, com o lançamento de novos estilistas baianos na semana de moda. O evento possibilitou a visibilidade dos estilistas locais na mídia: foram destaques Márcia Ganem (fig. 1) , Ródnei Costa, Ismael Soudam & Valéria Kaveski, Fábio Sander. No início dos anos 90, não podemos de deixar de lado a estilista Luciana Galeão que também alcançou notoriedade na moda nacional.

A estilista Márcia Ganem, que tem seu ateliê no Pelourinho, ganhou espaço na mídia nacional e internacional, com suas roupas apoiadas em pesquisa de material local. E, associando artesanato com moda. As peças produzidas pela estilista, por serem feitas manualmente e usar em algumas pedras semipreciosas, são caras e não chegam aos consumidores em grande escala. São poucos os que podem comprar suas criações. Os artistas locais, cantores, turistas internacionais que freqüentam o Pelourinho acabam conhecendo o trabalho de Márcia Ganem se encantando e comprando. A

estilista tem entre seus clientes: Daniela Mercury, Margareth Meneses, Gil, Vera Fisher, Lisa Minelli, Janeth Jackson, Alicia Keys, Elza Soares, Márcia Short.

A estilista trabalha integrando múltiplos elementos, tais como renda, crochê, tear, fibra de poliamida, crepe de seda, camadas de organza. Ela elabora formas femininas, de maneira a desconstruí-las, com roupas estruturadas em assimetrias. A imagem da mulher construída pela estilista é sedutora, livre e sensível ao toque das texturas em sua pele. Ganem investe na pesquisa de materiais, produzindo peças artesanais e exclusivas.



Figura 1: Criação de Márcia Ganem – Fashion Rio Inverno 2009-01
Foto: Acervo pessoal

A artista plástica e designer, Goya Lopes (fig. 2) também tem seu atelier no Pelourinho. Ela vem se destacando com suas criações a partir de traços étnicos afro-brasileiros. Toma, por exemplo, desenhos praticados no artesanato de cerâmica e os transfere para a estamparia dos tecidos. O projeto Didara ('bom', em iorubá) capitaneado pela estilista traz inspiração da África, nas texturas, cores e sensações, com apropriação da luminosidade da Bahia. Além

dos valores estéticos, os produtos confeccionados por Goya buscam a praticidade, com preços acessíveis a todas as camadas sociais.



Figura 2: Atelier de Goya Lopes
Foto: Acervo pessoal

Qual o futuro da moda baiana? Com a profissionalização do setor, abertura de universidades de moda e investimento do governo, talvez seja possível encontrar caminhos que viabilizem o crescimento da mesma. Vontade existe, profissionais dedicados, a capacidade criativa do baiano em inovar também. Talvez, seja somente uma questão de tempo e maturação para que este embrião que está sendo cultivado brote. Assim, a moda baiana cumprirá seu papel cultural, social econômico.

Notas

ⁱ A cidade de Salvador foi fundada em 1549, como a primeira capital do Brasil pertencente à coroa Portuguesa. O primeiro traçado de Salvador obedecia a um projeto arquitetônico seguindo os modelos medievais da Europa Ocidental. Antes dos portugueses, a Bahia era habitada por índios Tupi, Jê e Kariri. Os negros foram trazidos da pelo tráfico de escravos desde o séc. XVI. Predominam os provenientes da África ocidental, especialmente os iorubanos, correspondendo à Nigéria atual.

ⁱⁱ Deleuze e Guattari (2004) propõem o conceito de rizoma tendo como finalidade contraporem-se ao ideal moderno de uma ordem social estabelecida sobre estruturas verticalizadas e ordenadas a partir de uma raiz unificadora que serve como modelo de reprodutibilidade dos

valores de um sistema centrado que privilegia o centro. O rizoma deve ser entendido como acentrado, uma rede de autômatos finitos que alteram os movimentos e as posições conforme as relações experienciadas. A condição desse tipo de sistema é a de complexidade, em que não há um decalque, uma cópia de uma ordem central, mas sim múltiplas conexões que são estabelecidas a todo momento, num fluxo constante de desterritorialização e reterritorialização.

ⁱⁱⁱ Vários estabelecimentos comerciais fizeram história na Rua Chile num período em que toda a badalação da cidade lá se concentrava. Sloper, Duas Américas, O Adamastor, Chapelaria Mercury, Casa Clark, Confeitaria Chile, dentre outras, atraíam um público fiel formado por jornalistas, artistas, políticos e pessoas da alta sociedade que buscavam as últimas novidades da moda ou um local agradável para tomar um café e conversar.

^{iv} A rua foi homenageada nos versos de Ary Barroso "Na Baixa do Sapateiro eu encontrei um dia/ A morena mais frajola da Bahia/ Pedi-lhe um beijo, não deu/Um abraço, sorriu/Pedi-lhe a mão, não quis dar, fugiu/Bahia, terra da felicidade."

^v Conforme dados do IBGE 2007 maior parte da população (80%) de Salvador constitui-se do conjunto da soma daqueles que se denominam negros e pardos.

^{vi} Maffesoli, citando G. Durand evidencia o quanto o imaginário "deve à mitologia", no sentido de mostrar que G. Durand se ocupa das diversas imagens que exprimem os regimes diurnos e noturnos do imaginário. Ora, essas imagens encontradas nas lendas, nos contos, nos fantasmas populares, estão todas ligadas a um lugar, a uma territorialização bem precisa. É o que torna possível dizer que "o espaço é a forma a priori do fantástico" E é certo que as fontes, os bosques, as florestas, as montanhas, os rios, os mares etc., são outras tantas focalizações concretas dos mitos, isto é, do discurso que é mantido sobre a existência e seu desenvolvimento. Afirmar, pois que "o espaço é o lugar das figurações" é ressaltar a inscrição mundana de nossas representações, é mostrar que nossos sonhos e nossas práticas cotidianas enraízam-se e se territorializam num húmus que é fator de socialidade. (M. Maffesoli, 2001, p.82-83).

^{vii} Ver Sodré 1999.

^{viii} Ver Durand, 1969.

^{ix} Tavares (2001) assim como Verger (1968) e Sodré (1999) analisaram a importância do *Candomblé* no cotidiano da cidade de Salvador, o qual está presente no imaginário relacional, na trama que compõem a rede comunicacional da cidade.

^x No plano espiritual não se pode deixar de apresentar o Candomblé como a cerimônia religiosa que representa a teia complexa desse povo. Neste sentido, o "Candomblé é o conjunto de cerimônias religiosas animistas que diferem nos rituais, conforme seja ijexá, ewe (jeje), aussá, kêtú, cabinda, congo. A festa do candomblé começa ao amanhecer do dia, com uma cerimônia privada de sacrifício de animais (galo, pombo, carneiro, cabrito), em homenagem aos orixás. Aberta ao público, fiéis ou não, continua pela tarde com o "padê", oferta de alimentos rituais ao orixá Exu, que é convidado para garantir a harmonia da festa. Forma-se uma roda, com fiéis dançando, cantando e chamando os orixás. A festa alcança o seu ponto máximo com todos os orixás presentes dançando e cantando. Somente depois desse clímax é que a roda se desfaz, momento em que os orixás vão se recolhendo à camarinha e à mãe de Santo de retira. A orquestra de tambores, agogô, *adjá* e *xerê* tem especial destaque e função na festa do candomblé. (Tavares, 2001, p.59).

^{xi} Ver Risério, Antônio. *A utopia brasileira e os movimentos negros*. São Paulo: Editora 34, 2007.

^{xii} O conceito de tribalismo é introduzido na discussão sociológica por M. Maffesoli em seu estudo a respeito do declínio do individualismo nas sociedades de massas neste fim de século. Este estudo aponta a emergência de microgrupos sociais, os quais denominam "tribos". Para o autor, a metáfora da tribo "permite dar conta do processo de desindividualização, da saturação da função que lhe é inerente, e da valorização do papel que cada pessoa (persona) é chamada a representar dentro dela. Claro está que, como as massas em permanente agitação, as tribos que nelas se cristalizam tampouco são estáveis. As pessoas que compõem essas tribos podem evoluir de uma para outra" Maffesoli, M. *O Tempo das Tribos: o declínio do Individualismo na Sociedade de Massa*, Rio de Janeiro: Forense, 1987.

Referências Bibliográficas

BENJAMIN, W. **Passagens**. Org. Willi Bolle. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

DELEUZE, Gilles & GUATARI, Felix. **Mil Platôs Capitalismo e Esquizofrenia**. Ed. 34: Rio de Janeiro, 5 volumes, 1995 – 2004.

DURANT, Gilbert. **Les Structures Antropologiques de L'imaginaire**. Paris: Dunod, 1969.

FERNANDES, Cíntia SanMartin. *Sociabilidade, Comunicação e Política: a Rede MIAC como provocadora de potencialidades estético-comunicativas na cidade de Salvador*. **Tese de doutorado**. Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Santa Catarina, 2005.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. Cidade: meio, mídia e mediação. **MATRIZES**, Ano 1, n.2 (jan-jun.). São Paulo: ECA/USP, 2008. pp. 39-54.

FERRARA, Lucrecia D'Alessio. **Espaços Comunicantes**. São Paulo: Annablume, 2007.

LANDOWSKI, E. **Passion sans nom**. Paris: PUF, 2004.

LANDOWSKI, E. **Presenças do outro**. São Paulo: Perspectiva, 2002.

MAFFESOLI, Michel. **Iconologies: Nos idol@tries postmodernes**. Paris: Albin Michel, 2008.

MAFFESOLI, Michel. **Sobre o Nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MAFFESOLI, Michel, **O Tempo das Tribos**. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade**. São Paulo: EDUC, 1997.

RAMOS, Luciano Vaz Ferreira. **Um Lugar**. Brasília: IPHAN, 2000.

SENNETT, R. **Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

SIMMEL, George. "Pont et Port". In **Cahier de L'Herne**, Paris, 1983.

SODRÉ, M. **Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1999.

SODRÉ, M. **Reinventando a Cultura. A comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.

TAVARES, L.H.D. **História da Bahia**. São Paulo: UNESP, 2001.

VERGER, P. **Lendas Africanas dos Orixás**. Salvador: Ed. Corrupio, 1985.