

‘Tá no jornal, tá na rua’ ou um diálogo entre Antropologia e Comunicação acerca de disputas, pastiches e paisagens na fisionomia urbana contemporânea de Belém do Pará, na Amazônia¹

Enderson Geraldo de Souza Oliveira (UFPA/ Brasil)

Resumo

Não é raro notar em Belém, em especial em áreas mais habitadas ou mesmo frequentadas principalmente por pessoas de classe média e alta, edificações, empreendimentos ou ainda outros locais que possuem, em sua arquitetura ou mesmo “nomenclatura”, expressões e/ ou referências a outras regiões ou lugares, especialmente estrangeiras, de fora do Brasil. O mesmo ocorre nos cadernos de “Negócios” dos jornais da capital, principalmente - e não por acaso desde a capa - dos dominicais, com anúncios e previsões de novos empreendimentos imobiliários e/ou de outras ordens na capital paraense. Neste trabalho discuto então tais “estrangeirismos”, notando tal processo não apenas como a reprodução de termos de outra região do país ou mesmo fora do Brasil, mas sim como indicadores da tentativa de se buscar outra vivência ou mesmo experiência através de elementos estéticos: os estabelecimentos; suas imagens e os jornais em que são apresentados. Mais que isso: discuto o quanto tais processos talvez ampliem hiatos ou mesmo esgarçam tênues linhas de compreensão do espaço urbano ou mesmo de apropriações ou afastamentos por parte dos sujeitos a que se destinam ou não tais “anúncios”.

Palavras-chave: Estrangeirismos; Belém do Pará; jornais; paisagens; antropologia visual

Considerações iniciais

Na prática do Jornalismo, as edições de domingo dos jornais são as mais importantes. As capas dos cadernos, então, fundamentais para apresentar o produto que veiculam, isto é, a informação. Este trabalho, no entanto, não é de Jornalismo, mas perpassa por tal prática para poder observar uma recorrência curiosa: a quantidade de referências estrangeiras que estão semanalmente presentes nas capas (e também em sua área interna) de cadernos “Negócios” de jornais da cidade.

Por se tratar de uma pesquisa inicial, que faz parte também de uma mais ampla, de meu doutorado no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Pará (PPGSA-UFPA), selecionei apenas um jornal, “Diário do

¹ Trabalho apresentado na 31ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 09 e 12 de dezembro de 2018, Brasília/DF.

Pará”, no período de novembro de 2017 a outubro de 2018, para observar suas recorrências, por ser o mais popular no Estado e na capital paraense.

Indo além, tal panorama é bem mais amplo, como sabemos e de modo algum fica restrito somente a Belém ou ainda outras capitais e metrópoles. A “internacionalização” dos nomes de estabelecimentos é algo cada vez mais perceptível e motivado por demandas de mercado, escolhas estéticas ou mesmo identitárias. Tudo isto nem causa mais estranhamento – o que poderia apontar para uma visão apocalíptica de tais usos. Pelo contrário; faz parte da nossa geografia (mental, inclusive) da cidade, sua estrutura, imaginário urbano (CERTEAU, 1998) e sua fisionomia.

Esta paisagem urbana, na contemporaneidade, ganha então algumas nuances mais claras e nem por isso menos complexas: a grande quantidade de prédios comerciais e habitacionais, em um processo de verticalização que acompanha grandes áreas urbanas, como também certa “necessidade” de nomeá-las ou mesmo identificá-las, cada vez mais com referências estrangeiras.

Sem deixar isto de lado, neste complexo caleidoscópio urbano em Belém, não é difícil notarmos então pastiches e estrangeirismos e as discussões que tais inserções, que serão categorizadas mais à frente, nos suscitam. Indo além, tais usos terminam possibilitando um diálogo mais amplo entre Antropologia, Comunicação e mesmo estudos sobre linguagem.

Assim, neste breve ensaio, forma acadêmica que consideramos com Clifford Geertz a que mais se ajusta à "qualidade experimental" do empreendimento aqui proposto (2008, p. 13), apresento uma análise inicial, que será ainda expandida e fortalecida visando futura publicação observando tais conteúdos nos jornais e de que modo comunicam modificações estruturais e mesmo em relação a paisagem urbana de Belém.

Percurso metodológico

Neste trabalho discuto então tais “estrangeirismos”, notando tal processo não apenas como a reprodução de termos de outra região do país ou mesmo fora do Brasil, mas sim como indicadores da tentativa de se buscar outra vivência ou mesmo experiência através de elementos estéticos: os estabelecimentos; suas imagens e os jornais em que são apresentados. Mais que isso: discuto o quanto tais processos talvez ampliem hiatos ou mesmo esgarçam tênues linhas de compreensão do espaço urbano ou

mesmo de apropriações ou afastamentos por parte dos sujeitos a que se destinam ou não tais “anúncios”.

Tais imagens, obviamente, são apresentadas de forma publicitária, mas também comunicam ou mesmo apresentam estabelecimentos que estão ou serão construídos. Importante notar isto porque

o uso das imagens e sua influência nos processos de produção de conhecimento e criação de representação pelos antropólogos, afirmando que são necessários usos mais regulares e profícuos que se traduzam em inovações metodológicas e novas reflexões teóricas, que, a meu ver, estão ainda muito deficitárias na antropologia. Apetece, pois, retomando o desafio fundador de Mead (1975), reafirmar que as imagens podem trazer novas possibilidades e oportunidades aos antropólogos nos seus processos de conhecimento (etnografia como processo) e representação do “outro” (etnografia como produto) (MARTINS, 2013, p. 407).

Indo além e ampliando tal discussão e observando que tais paisagens urbanas possuem um caráter polissêmico (SILVEIRA, 2009, p. 73) e que nasce da experiência temporal articulada ao movimento da sensibilidade, como um projeto de experiência narrativa que concilia, na memória compartilhada, a existência do grupo compreendido na disjunção do todo da natureza (ECKERT, 2009, p. 89).

Deste modo, objetivo tentar compreender a experiência e afetos (de pertencimento ou distanciamento) dos sujeitos, em especial os urbanos da capital paraense e sua região metropolitana, e a compreensão e mesmo ressignificação dos pastiches utilizados em inúmeros ambientes e paisagens, o que pode ser importante não somente para novas percepções sobre a própria cidade e outras “áreas” ligadas a ela (como o Turismo, por exemplo), mas principalmente para tentar compreender de que modo nossos processos de identificação, aproximação, repulsa, atribuição de sentidos e afetos se relacionam e dialogam com toda esta cadeia de signos urbanos. Além disso, sabe-se que

a vida cidadina é, portanto, agitada, vertiginosa mesmo, ou monótona e repetitiva, dependendo da adesão ou não dos seus habitantes aos tempos e espaços vividos, ritmados pelos movimentos incessantes das imagens de cidade que habitam seus pensamentos em constante mutação. Descrever a cidade, sob um tal ponto de vista, é conhecê-la como *locus* de interações sociais e trajetórias singulares de grupos e/ou indivíduos cujas rotinas estão referidas a uma tradição cultural que as transcende (ECKERT; ROCHA, 2003, p. 02).

Indo além, Massimo Canevacci afirma que “compreender uma cidade significa colher fragmentos. E lançar estranhas pontes, por intermédio das quais seja possível encontrar uma pluralidade de significados. Ou de encruzilhadas herméticas” (2003, p. 35). É justamente atento a este diálogo que proponho então esta pesquisa, observando não especificamente o aspecto funcional de algumas edificações, mas sim de que modo colaboram para estabelecer uma fisionomia urbana e contemporânea na capital paraense, bem como de que modo tais paisagens se relacionam aos processos de identificação dos habitantes da urbe. Para isto, no entanto, é necessário primeiramente compreendermos a história colonial de Belém e sua grande proximidade a referências estrangeiras, como discutimos a seguir.

Herança colonial? Belém e as influências internacionais

Belém foi fundada pelos portugueses em 12 de janeiro de 1616, segundo a historiografia oficial. Era chamada *Mairi* (ROCQUE, 2001, p. 12), na língua tupinambá da tribo de mesmo nome que compunha a população da região, mas em homenagem à sua – na época – “pátria-mãe”, foi batizada “Feliz Lusitânia”, nome dado pelo capitão português Francisco Caldeira de Castelo Branco, o responsável pela comitiva que saiu de São Luís e se dirigiu para a região que hoje é a capital paraense.

De acordo com a versão mais “mítica” de alguns historiadores da cidade, sua fundação foi possibilitada/ provocada por uma estrela-guia que estaria nos céus na noite de 25 de dezembro de 1615 ter guiado os militares portugueses aportados no Estado vizinho do Maranhão em direção ao que anos depois se tornaria a cidade de Belém do Grão-Pará. Simbolismos à parte, devemos observar que a vinda dos portugueses para a região foi provocada pela necessidade de marcar e demarcar o território brasileiro, garantindo assim sua posse, como afirmam alguns autores ao reconhecerem que a grande motivação para a fundação da cidade foi econômica (CRUZ, 1973, p.13).

Assim, garantir o domínio de uma região com localização privilegiada e repleta de importantes recursos naturais até então nem ao menos totalmente conhecidos, fazia-se necessária. O primeiro passo, deste modo, foi a construção para proteger a cidade (na verdade, os militares portugueses) de uma fortaleza militar, mais precisamente um forte, chamado em um primeiro momento de “Forte do Castelo” e atualmente conhecido principalmente como “Forte do Presépio”, pela época “natalina” em que teve iniciada sua construção.

Observar de modo conciso estas referências históricas e a forte presença de elementos e influências internacionais, bem como sua mistura, em geral imposta e violenta, à identificação amazônica talvez nos ajude a compreender a mixórdia de referências que discuto aqui e que estão presentes em vários trechos da cidade.

De acordo com o pesquisador e poeta João de Jesus Paes Loureiro (2001), o sujeito amazônico, “construiu um processo cultural dissonante dos cânones dominantes, humanizando e colocando a natureza a sua medida”, como nos conta. Segundo Paes Loureiro, talvez o principal fator para este tipo de desenvolvimento foi possível

Pelo imaginário, pela estetização, pelo povoamento mitológico, pelo universo dos signos, pela intervenção na visualidade, pela atividade artística, ele (o amazônida) definiu sua grandeza diante desse conjunto grandioso que é o "mundo amazônico". Imaginário medidor das desigualdades entre Homem e Natureza, colocando um na medida do outro. Imaginário instaurador, que definiu nova realidade relacional, colocando o caboclo na dimensão do mundo por ele habitado, ao mesmo tempo que situou essa natureza desmedida na exata medida de sua cosmovisão (PAES LOUREIRO, 2001, p. 45-46)

No entanto, desde o último século o que se vê é o crescimento de referências múltiplas e não necessariamente ligadas a expressões mais regionais e regionalistas – entendendo-se aqui o “regionalismo propriamente dito como a tendência que consagra o regional e não o universal, como medida de valor e conhecimento, da arte e da literatura” (NUNES, 1999, p. 03), mas sim “internacionalizadas”. Este processo parece ter sido acelerado nas últimas décadas, possivelmente pela presença, apropriação e imersão – tardia e conturbada – no que se tenta convencionar chamando de pós-modernidade, período pós-moderno ou algum termo semelhante, marcado pela “intensificação dos fluxos culturais globais e de comodificação da cultura” (APPADURAI *apud* ANICO, 2005, p. 72).

Tal período, contemporâneo, apresenta uma série de nuances que, embora sejam por vezes confusas e contraditórias, em comum apresentam o fato de se constituírem em pontos de partida para discussões sobre conceitos, identidades, estéticas, culturas. Rediscutem-se fronteiras e processos nos mais diversos campos, como nas artes e culturas: dicotomias como erudito e popular, alta e baixa cultura, cultura regional e global, entre outras, apresentam-se como fronteiras cada vez mais fluidas, discutíveis, quiçá ultrapassadas.

Como afirma David Harvey, atualmente privilegia-se “a heterogeneidade e a diferença como forças libertadoras do discurso cultural” (2003, p.19): assim, não é

somente uma série de representações e modos de linguagens artísticas que são (re)elaborados. Neste contexto, ganhou força a ideia de “hibridismo” ou “hibridez”, processo pelo qual manifestações artísticas e culturas manteriam um diálogo maior entre seus códigos estéticos e se tornariam mais sincréticas, interseccionadas. O antropólogo sueco Ulf Hannerz se refere a termos similares à “hibridez”, como

Colagem, mélange, miscelânea, montagem, sinergia, bricolagem, criolização, mestiçagem, miscigenação, sincretismo, transculturação, terceiras culturas, e outros termos; uns são usados só de passagem, como metáforas sintéticas, outros reclamam um status analítico maior, outros, ainda, têm uma importância apenas regional ou temática. Na maioria das vezes eles parecem sugerir uma preocupação com forma cultural, com produtos culturais (...); algumas palavras parecem, mais do que outras, dizer respeito a processo. *Hibridez parece ser atualmente o termo genérico preferido*, talvez por derivar sua força, como “fluxo”, de uma fácil mobilidade entre disciplinas (HANNERZ, 1997, p. 26, grifo meu).

Destarte, não só os antropólogos se referem ao hibridismo e, tanto o termo como o processo de hibridez se tornaram interdisciplinares e transdisciplinares. Um dos principais pesquisadores a analisar estas relações é Nestor Garcia Canclini, em especial em seu livro *Culturas Híbridas* (2003). Em que pese a variedade de campos e análises de objetos, a noção de hibridismo cultural “unicamente” como mistura de códigos artísticos díspares parece prevalecer².

Para compreender isto, é necessário observar ainda que uma das modificações que também ocorre é pela “desterritorialização” dos indivíduos e povos, como afirma Affonso Romano de Sant’Anna (2003). Segundo a visão tanto quanto apocalíptica do autor, “pessoas e culturas perdem suas raízes e ficam num delírio deambulatório pelos *shoppings* e outros espelhos sem alma. E a globalização quer isto. Que sejamos todos um mesmo e único mercado”. A pós-modernidade que descontextualiza as pessoas e desterritorializa as culturas é cada vez mais “presente”, acrescenta (2003), como percebemos na paisagem com a utilização dos “estrangeirismos”.

² Importante observar que as análises de Canclini não são somente relacionadas a estas misturas, como se as mesmas não fossem resultado de um processo mais amplo. O próprio autor deixa claro o quanto e de que modo as questões políticas e ideológicas que o debate sobre o hibridismo possui. Em artigo que “revisita” seu livro *Culturas Híbridas* (cuja primeira edição foi publicada em 1990 no México), Canclini esclarece que seu propósito ha sido elaborar la noción de hibridación como un concepto social (1997, p.109). Citando Jean Franco, afirma que *Culturas Híbridas* é um livro em busca de um método e como la búsqueda de ese método, y de articulaciones entre las disciplinas que trabajan por separado esos campos (estética, antropología, sociología y comunicación), son aún tareas en proceso, veo ese libro como algo abierto, al que se puede entrar y del que se puede salir de muchas maneras. (CANCLINI, 1997, p.109).

“Estrangeirismo em nomes de estabelecimentos comerciais na cidade de Porto Velho – RO” (2015), de Daniele Xavier da Silva, Neusa Teresinha Rocha dos Santos, Solimaria Pereira Lima e Odete Burgeile; “O estrangeirismo como fator de prestígio social ou estratégia de marketing em estabelecimentos comerciais de Curitiba” (2014), de Cristiane de Souza Magnani; “O nome é a alma do negócio: um estudo linguístico dos nomes das lojas em Portugal” (1998), de Lurdes de Castro Moutinho e Rosa Lúcia Coimbra e “Os anglicismos nas fachadas de estabelecimentos comerciais da rua Grande no centro de São Luís – MA: ampliação do léxico ou ameaça à hegemonia da língua portuguesa?” (2011), de Maiane Serra e Janice Inês Nodari, entre outros.

Noticiando as edificações (e modificações urbanas)

Como já foi citado, este trabalho parte do interesse por pastiches em estabelecimentos na Grande Belém, apresentados também nos cadernos de “Negócios” nas edições dominicais do jornal Diário do Pará. Para prosseguirmos na discussão, é importante deixar claros tais conceitos, que, apesar de não caminharem sempre juntos, por vezes se cruzam e interseccionam.

O conceito de *pastiche* que levo em conta não se constitui em alguma espécie de plágio ou mesmo forma de paródia, mas deve ser entendido como o imitar de um estilo único, peculiar ou idiossincrático (JAMESON, 2002: pp.43-44), feito sem o objetivo de provocar o riso, satirizar, buscar a reflexão ou ser irônico. Em geral, visa uma “homenagem” a estilos ou obras anteriores, das quais se apreende o mais “peculiar” e se adapta “livremente”, respeitando-se as características originais, mas empregando-se também novas estruturas. Por vezes, estes pastiches são transformados e/ou produzidos somente pelo apelo econômico e mercadológico, notemos, algo que mais recorrente ainda na criação e uso de estrangeirismos.

A diversidade nos idiomas condiz proporcionalmente, de alguma forma, aos demais tipos de estabelecimentos existentes na cidade, com diferentes origens linguísticas. Ao mesmo tempo em que as estruturas dos prédios e o conceito dos empreendimentos (ao menos no que é possível ler nos jornais) nada tem a ver com qualquer tipo de resgate do estrangeirismo (ou qualquer coisa que o nome remeta) que os nomes propõem.

As imagens que enaltecem os grandes prédios e destacam suas arquiteturas revelam uma certa desterritorialização (?) pois, os imóveis são retratados como que sem vizinhança alguma, o que os tira de onde estão de fato localizados, podendo ser em qualquer lugar da cidade, do país. Seu entorno é neutralizado. Colaboram para isto, também, as entradas dos prédios, resumidamente, estruturas que, de fato, tem sua internacionalização, não pelos nomes, mas por suas arquiteturas (modernas? Generalizantes? Padronizados? Alguma coisa que diga que os prédios são assim em vários lugares do mundo). Mesmo os textos jornalísticos (com sua parcela de publicidade) citam as características das construtoras, que se repetem em seus empreendimentos.

Esses lançamentos tomam a primeira página inteira do caderno, acho que isso também é importante, são publicidade (qual o nome que dá pra isso no jornalismo mesmo?), jornalismo, coluna social, às vezes (com as fotos das pessoas no lançamento)

De modo “indireto” e que carece ainda de uma boa reflexão e análise futura, acredito que que parece haver é, mais que uma mudança no processo de escolha das expressões, uma (tentativa de) ressignificação da própria experiência (*Erfahrung*, tal qual a conceituação benjaminiana), que não dialoga necessariamente e estritamente com seus contextos imediatamente perceptíveis. Contudo, talvez, relegando ao ideal dos empreendimentos imobiliários esta função de prover o “novo”, diretamente relacionado ao estrangeiro.

A *Erfahrung*, portanto, expandiria o significado de uma simples vivência (*Erlebnis*), representando o modo de vida que pressupõe o mesmo universo de linguagem e de práticas, associando a vida particular à vida coletiva e estabelecendo um fluxo de correspondências alimentado pela memória (MEINERZ, 2008, pp. 17-18).

Este processo, como se nota, aponta então para uma relação mais complexa, um período em que as experiências dos indivíduos são cada vez mais fluidas. Pressupondo que as formas ligam-se aos espíritos (PINHO, 2015), é que acredito que a

presença das edificações observadas na cidade que possuem referências internacionais e colaboram para uma paisagem urbana, contemporânea e por vezes confusa na capital paraense, comuniquem o espírito de um uma época (*Zeitgeist*) em que não são somente as experiências dos sujeitos são mais “híbridas”, compartilhadas de modos diversos e fragmentados, mas também a estética e referências das edificações. É isso que permite, por exemplo, observar uma realidade fragmentada através de imagens e, assim, também buscar compreendê-la.



Fonte: Capas do Jornal Diário do Pará.

Levando em conta os espaços aqui citados e estabelecendo um diálogo com a Comunicação, é importante notarmos que

Os nomes das lojas, para além do lado meramente referencial, desempenham uma função de apelo ao receptor que só tem paralelo nos nomes das marcas

dos produtos comerciais. Inserindo-se no campo do discurso publicitário, a criatividade é a palavra chave que se encontra na sua gênese. Do mesmo modo que o slogan, o nome da loja exige uma rápida captação sensorial e, simultaneamente, visa uma forte interpelação ao público alvo e uma inscrição permanente na sua memória colectiva (MOUTINHO, 1998, p. 01).

Partindo disto, observo que as edificações e suas fotografias fazem parte de um conjunto maior, isto é, de uma rede de relações mais amplas que conferem a eles características peculiares de produção, consumo, estética, representação e talvez de (re)significação por parte da população. Isto termina impactando a fisionomia urbana da cidade, até mesmo em situações em que a marca carrega o nome de Belém. Como afirma Silveira,

A imagem ao revelar-se um fenômeno do ser, a partir desse fundo comum que é a cultura, possibilita que o ser humano experimente de forma diversa a sua relação com as paisagens naquilo que elas têm de especialidade (uma abertura e perspectiva ou projeção do olhar sobre o conjunto de formas considerando uma prática do lugar: ecossistema, cidade, local de cultivo etc.) e, mesmo, daquilo que se compreende como lugar de pertencimento. Este último relaciona-se ao trajeto e aos itinerários do ser humano sobre os ambientes, atribuindo-lhes sentidos múltiplos e, por consequência, estabelecendo formas específicas de interação (2009, p. 78)

Destarte, tais observações nos ajudam a perceber não somente a possível falta de adesão a estas imagens, não por repulsa ou desprezo, mas pelos processos contemporâneos de aceleração e compressão do tempo, que nos fazem “correr mais”, bem como a proximidade destes conteúdos e paisagens, que as tornam mais próximas e “ligeiras”, raramente causando mais surpresas. Walter Benjamin já afirmara “saber orientar-se numa cidade não significa muito. No entanto, perder-se numa cidade, como alguém se perder numa floresta requer instrução” (1994, p. 73). A reflexão do filósofo alemão ajuda a compreender, mais que as obras do artista, o “hábito” dos paraenses, em especial de Belém e região metropolitana, em não se surpreender com citações a outros locais ou mesmo cidades, regiões e países ao longo da fisionomia citadina ou nos nomes que são utilizados.

Últimas considerações

Diante das discussões iniciais feitas neste ensaio, observamos ainda que toda e qualquer produção humana, em geral não estão alheias ao local e contexto em que estão inseridas. Talvez a utilização dos estrangeirismos possam até mesmo corroborar para a compreensão do *Zeitgeist* (expressão alemã que faz referência ao “espírito de época”),

de Belém em diferentes períodos, como a contemporaneidade. A fisionomia da cidade e a recorrência de pastiches e referências internacionais em nomes, estruturas e citações deste modo não são aleatórios.

É justamente isto que comecei a discutir, também observando de que modo estas referências se interseccionam e por vezes estimulam uma relação e mesmo apropriação de outras experiências e possibilidades estéticas; e do quanto os “espíritos de época” de Belém incentivam isto e comunicam a prevalência de uma modernidade tardia na capital paraense, que se reúnem e misturam em uma só temporalidade.

Compreender isto é fundamental para observarmos não somente as percepções e representações criadas pelo público, bem como o quanto tais construções e produções apresentam e representam a cidade, espaço urbano este que há muito deixou de ser o palco único para a representação de uma existência única e comum, e se tornou, não raramente, em um grande acervo de construções e representações confusas e “caóticas”, que possui em suas imagens e paisagens, um sentido imediato, fugaz e frágil, o predomínio de sua ontologia, que considero temas fundamentais para serem discutidos.

Referências

ANICO, Marta. **A pós-modernização da cultura: património e museus na contemporaneidade.** Horizontes Antropológicos. Vol.11 no.23 Porto Alegre Jan./June 2005. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v11n23/a05v1123.pdf>>. Acesso em 12 de abril de 2018

BASTARRICA, Maristela Lutz. **Empréstimo linguístico do Inglês: Um estudo do léxico do Comércio Exterior à luz da Teoria da Variação em Terminologia.** Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica.** In: Magia e Técnica, Arte e Política. Ensaios Sobre Literatura e História da Cultura. Obras Escolhidas. Vol. 1. São Paulo, Brasiliense, 1994.

BUBER, Martin. **Eu e Tu.** 10ª ed. São Paulo: Centauro, 2001.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas Híbridas y Estrategias Comunicacionales. Estudios sobre las Culturas Contemporaneas.** Vol. III, número 5. Universidad de Colima: Colima, México, 1997. Disponível em <http://culturascontemporaneas.com/contenidos/culturas_hibridas.pdf>. Acesso em 08 mar 2011.

CANEVACCI, Massimo. **A cidade polifônica: ensaio sobre a antropologia da comunicação urbana.** 2 ed. São Paulo: Studio Nobel, 2004.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. Artes de Fazer. Vozes: Petrópolis, 1998.

CRUZ, Ernesto. **História de Belém**. Coleção Amazônica. Série José Veríssimo. Belém do Pará: Universidade Federal do Pará, 1973.

ECKERT, Cornelia. As variações “paisageiras” na cidade e os jogos da memória. In F. L. A. da Silveira e C. D. Cancela (orgs.) **Paisagem e cultura: dinâmica do patrimônio e da memória na atualidade**. 1ª edição. Belém: EDUFPA, 2009

ECKERT, C.; ROCHA, A. L. C. da. Enografia de e na rua: estudo de antropologia urbana. Revista Iluminuras, v. 4, nº 7, 2003. Porto Alegre. Disponível em <<http://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/9160/5258>>. Acesso em 05 de maio de 2018.

FARACO, C. A. (Org.). **Estrangeirismos: guerra em torno da língua**. 3ª ed. São Paulo: Parábola, 2004

GEERTZ, Clifford. **O Saber local**. 10ª edição. Petrópolis: Vozes, 2008

HANNERZ, Ulf. **Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional**. Mana. Rio de Janeiro, Brasil, v. 03, n. 1, p. 07-39, out. 2009. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/mana/v3n1/2454.pdf>> . Acesso em 05 junho 2011.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. 12ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

JAMESON, F. **Pós-Modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio**. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 2002.

SILVEIRA, Flávio Leonel Abreu da. **A paisagem como fenômeno complexo, reflexões sobre um tema interdisciplinar**. In F. L. A. da Silveira e C. D. Cancela (orgs.). Paisagem e cultura: dinâmica do patrimônio e da memória na atualidade. 1ª edição. Belém: EDUFPA, 2009

MARTINS, Humberto. **Sobre o lugar e os usos das imagens na antropologia: notas críticas em tempos de audiovisualização do mundo**. Etnográfica - Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia, 17 (2), 2003, em <<http://etnografica.revues.org/3168>>. Acesso em 20 de agosto de 2017.

MEINERZ, Andréia. **Concepção de experiência em Walter Benjamin**. Dissertação (Mestrado em Filosofia), Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2008, pp. 17-18. Disponível em <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/15305>>. Acesso em 12 set 2010.

MOUTINHO, Lurdes de Castro & COIMBRA, Rosa Lúcia, “**O Nome é a Alma do Negócio: Estudo Linguístico dos Nomes das Lojas em Portugal**”, XIII Encontro da Associação Portuguesa de Linguística, II Vol., Lisboa, 1998, pp. 93-104.

NUNES, Benedito. **Universidade e Regionalismo**. Belém: UFPA, 1999. Aula inaugural.

PAES LOUREIRO, João de Jesus. **Cultura amazônica: uma poética do imaginário**. São Paulo: Escrituras, 2001.

PINHO, Relivaldo. **Antropologia e Filosofia: experiência e estética na literatura e no cinema da Amazônia**. Editora UFPA: Universidade Federal do Pará, 2015.

ROCQUE, Carlos. **História geral de Belém e do Grão-Pará**. Belém: Distribel, 2001.

SANT'ANNA, Affonso Romano de. **Uma guerra pós-moderna**. Jornal O Globo, 05 abril de 2003.

VALADARES, Flavio Biasutti. **Estrangeirismos: uma tese para variação e mudança linguística**. Revista Vozes dos Vales: Publicações Acadêmicas. Ano III – 10/2014.