

II SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS SOBRE FUTEBOL:  
EXPRESSÕES, MEMÓRIAS, RESISTÊNCIAS E RIVALIDADES.

13 A 16 DE MAIO DE 2014

MUSEU DO FUTEBOL, DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA DA FFLCH-USP,  
FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS E BIBLIOTECA MÁRIO DE ANDRADE.

#ONordesteMerece: identidade e futebol nordestinos em discurso na TV Esporte  
Interativo

Artur Alves de Vasconcelos<sup>1</sup>

Mesa Futebol e Identidade II - Brasil

SÃO PAULO

2014

---

<sup>1</sup> Doutorando pelo Programa de Pós Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará.  
Membro da Sociedade de Estudos em Esporte-UFC.

## 1. INTRODUÇÃO: O NORDESTE NA TV ESPORTE INTERATIVO

A TV Esporte Interativo (EI), sediada na cidade do Rio de Janeiro, transmite os jogos da Copa do Nordeste com exclusividade no sinal por assinatura desde 2010. O grupo criou em janeiro de 2014 seu segundo canal, o Esporte Interativo Nordeste (EI NE), cujo *slogan* é “O canal do torcedor nordestino”, formando assim a Rede Esporte Interativo. Sediado na cidade de Recife-PE, o EI NE é dedicado aos esportes da região e transmite sete campeonatos estaduais de futebol.

O EI<sup>2</sup>, ao anunciar esses torneios, produz vários discursos a respeito da região nordestina, sua cultura, seu povo, bem como a respeito dos seus clubes de futebol e torcedores. Este discurso está presente na fala de seus locutores e apresentadores, nas vinhetas da emissora, nas chamadas de jogos, campanhas institucionais e também na internet, através dos sites do EI e EI NE, bem como de suas redes sociais.

O EI adota, ao se referir à Copa do Nordeste ou aos estaduais daquela região, o *slogan* “#ONordesteMerece”, que em vídeo aparece estilizado em formato de *hashtags*<sup>3</sup> usadas em redes sociais. Há também um blog no site da emissora que possui exatamente o título #ONordesteMerece, escrito pelo jornalista cearense Bruno Formiga e que se dedica a informações e análises sobre o futebol da região. Essa estratégia visa popularizar o uso dessas expressões na internet, ajudando na divulgação do canal.

## 2. OBJETIVOS

O trabalho tem como objetivo identificar quais elementos são acionados pelo EI quando deseja falar sobre a “identidade nordestina”. Além disso, deseja observar a análise que a emissora faz a respeito do futebol da região. Para isso, foram observados materiais audiovisuais, a fala dos jornalistas durante as transmissões e programas, além dos sites oficiais das duas emissoras e suas redes sociais.

---

<sup>2</sup> A partir daqui, quando falar em “O Esporte Interativo”, estarei me referindo a toda a rede do grupo, que inclui a TV Esporte Interativo, a TV Esporte Interativo Nordeste, o Esporte Interativo Plus (aplicativo para se assistir aos canais pelo celular, computador ou tablet), os sites e redes sociais.

<sup>3</sup> *Hashtags* são palavras-chave usadas em mensagens de redes sociais como Twitter e Facebook. Cada *hashtag* é precedida pelo sinal gráfico de cerquinhas (#). Caso a *hashtag* use duas ou mais palavras, elas são escritas sem separação.

### 3. DISCURSO REGIONALISTA NORDESTINO

Autores como Rosa Maria Godoi Silveira, Maura Penna, Durval Muniz de Albuquerque Junior e Francisco de Oliveira apontam um conjunto de representações sociais chamadas de “discurso regionalista nordestino”. Este discurso produz uma determinada concepção de Nordeste nas esferas da geografia, da política, da economia e da cultura. De acordo com os autores, teria gênese no final do século XIX, estimulado pelas elites do açúcar e do algodão que perdiam força política no cenário nacional. O fortalecimento de uma ideologia que apresenta a região como um lugar pobre e que carece de atenção especial do Estado seria importante para que o governo central continuasse investindo recursos ali, dinheiro e estrutura que acabariam chegando à posse daquelas elites. O advento da palavra “Nordeste” veio mais tarde, por volta das décadas de 20 e 30 do século seguinte.

Tal concepção trata o Nordeste como uma região em que predomina o sertão, a seca, a fome e a pobreza do seu povo. Os problemas climáticos da estiagem seriam um dos grandes responsáveis pelas mazelas da região e seu atraso econômico. A intervenção estatal é vista como algo necessário para levar água e desenvolvimento àqueles lugares. O combate ao cangaço também aparece, já no início do século XX, como outro motivo de ação do Estado no Nordeste. Esse discurso também costuma se referir à região de maneira homogênea, como se fosse uma grande unidade política e cultural. Afirma ainda que o Nordeste, o berço da civilização brasileira, estaria em situação desfavorável no cenário nacional, uma vez que o governo central privilegiaria a metade sul do país, especialmente RJ e SP, no que diz respeito a investimentos estatais, desconsiderando os interesses e necessidades do Nordeste.

Algumas instituições estatais planejadas para combater os problemas daquela região açucareira e algodoeira foram o Instituto do Açúcar e do Alcool – IAA; a Inspetoria Federal de Obras Contra as Secas – IFOCS (atual Departamento Nacional de Obras Contra as Secas – DNOCS), ambos durante a década de 1920; também a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE; e o Banco do Nordeste, na década de 1950. Todos esses órgãos tiveram influência na ratificação da imagem da região nordestina como uma região de fome e seca, bem como na própria institucionalização do Nordeste, que só a partir daí passou a ter nome próprio e fronteiras delineadas.

#### 4. MÍDIA E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Pierre Bourdieu, ao falar sobre as lutas a respeito da identidade regional, chama a atenção para a importância do “ato de autoridade” no processo de construção das representações. A legitimidade e o poder do enunciador são fundamentais para a eficácia na construção das representações de identidade e seu status de verdade, de natural:

...ao dizer as coisas com autoridade, quer dizer, à vista de todos e em nome de todos, publicamente e oficialmente, ele subtrai-as ao arbitrário, sanciona-as, santifica-as, consagra-as, fazendo-as existir como dignas de existir, como conformes à natureza das coisas, como “naturais” (BOURDIEU, p. 114).

Albuquerque Junior também fala sobre a naturalização que pode marcar o imaginário sobre a identidade de uma região:

O Nordeste não é um fato inerte na natureza. Não está dado desde sempre. Os recortes geográficos, as regiões são fatos humanos, são pedaços de história (...). O Nordeste é uma espacialidade fundada historicamente, originada por uma tradição de pensamento, uma imagística e textos que lhe deram realidade e presença (ALBUQUERQUE JUNIOR, p. 79).

Assim como a literatura e o próprio Estado tiveram importância na solidificação do regionalismo nordestino no imaginário popular, também o jornalismo foi e continua sendo um veículo importante na atualização dessas representações, tendo em vista o alcance de seus enunciados e o *status* de verdade que um discurso midiático pode adquirir. O EI, como veículo midiático, se enquadra nessa situação. Aquilo que a emissora seleciona como características da identidade nordestina e qualidades do futebol da região pode ser interpretado como reflexo de um imaginário já consolidado e naturalizado, que a emissora reproduz e atualizada, tanto por e para os nordestinos como também por e para os cidadãos de outras partes do Brasil.

#### 5. IDENTIDADE NORDESTINA EM DISCURSO NA TV ESPORTE INTERATIVO

Observou-se que o EI utiliza alguns elementos desse regionalismo nordestino para se referir à identidade da região, dentre os quais se destacam o cangaço (que por sua vez evoca o sertão), o forró tradicional, o Nordeste homogeneizado e a polarização Norte x Sul, representada pela disputa Nordeste x Eixo RJ-SP.



Imagem 01: Comparação entre a logomarca oficial da UEFA Champions League e a “Nordestão Lampions League”

Durante a copa do Nordeste de 2013 muitos torcedores começaram a se referir àquela competição como “Lampions League”, uma junção bem humorada de Lampião (Virgulino Lampião, famoso líder cangaceiro) e Champions League (principal torneio continental de futebol entre clubes da Europa). Há uma logomarca fictícia da “Lampions League”, muito semelhante à competição europeia, mas com a adição de alguns elementos visuais, como o chapéu de cangaceiro cobrindo uma bola e desenhos do sol brilhando forte.

Já em 2014, um jornalista de Guarulhos chamado Hugo Becker fez uma adaptação sobre hino oficial da Champions League, deixando-o em ritmo de forró, e descreveu sua criação como sendo o hino da “Lampions League”<sup>4</sup>. É importante destacar que o forró em questão é o chamado tradicional, com forte presença da sanfona e do triângulo, vinculado ao sertão. Diferente do forró eletrônico popularizado no século XXI, com maior presença da guitarra. Percebe-se o Nordeste do cangaço e do forró tradicional, e portanto do sertão e da seca, como um traço de identidade regional destacado pelos torcedores.

A repercussão da “Lampions League” não passou despercebida pelo EI, sendo essa expressão ocasionalmente resgatada por alguns jornalistas do canal em tom de brincadeira. O hino criado pelo torcedor foi divulgado pelas redes sociais do EI, chegando até a ser exibido uma vez no EI Nordeste.

<sup>4</sup> Disponível em: <http://youtu.be/B23mu3ipIJg>

Durante as transmissões de futebol do Nordeste, quando um time marca um gol, por vezes é acionada como música de fundo a vinheta sonora oficial do canal, acrescida do som de triângulo.

É válido salientar que, apesar dessas referências ao Nordeste do sertão, o canal não se utiliza de ícones ligados diretamente à fome ou à seca. Além disso, o Nordeste do litoral também está presente, sobretudo em vídeos institucionais, onde podemos ver imagens de praias e outras belezas naturais, e turísticas, do litoral da região.

A característica de Nordeste homogeneizado é marcante no EI. São inúmeras as vezes, durante as transmissões, programas e vídeos institucionais, que se fala em “o Nordeste” e “os nordestinos”. Isso demonstra como é forte a ideia de unidade, ainda que apenas idealizada, dessa região. É frequente, por exemplo, ouvirmos o Vitória-BA ser referido como “time nordestino”, mas é raro que o Flamengo-RJ seja chamado de “time sudestino”. Este aspecto não é exclusivo do EI, sendo presente nos veículos de imprensa de qualquer estado e região.

A bola oficial da Copa do Nordeste 2014 se chama Asa Branca. Trata-se de uma alusão à música de mesmo nome composta por Luiz Gonzaga e Humberto Teixeira que narra a dor da migração do homem sertanejo diante da seca em sua terra. O sucesso dessa música foi de grande importância para a carreira nacional de Luiz Gonzaga e do ritmo musical chamado baião (VIEIRA, p. 40). As bolas foram fabricadas em Itabuna, Interior da Bahia, reforçando a ideia de um objeto autenticamente nordestino, ou “made in Nordeste”, como diz a frase estampada na própria bola.

A votação do nome foi feita por internautas através das redes sociais do Esporte Interativo, em parceria com a empresa responsável pela fabricação da bola, a paulista Penalty. Foram determinadas aos participantes três opções de nomes: a segunda mais votada foi “Arretada<sup>5</sup>” e, em terceiro, “Maria Bonita”, o nome da cangaceira e companheira de Virgulino Lampião. Deste modo, ao escolherem os possíveis nomes da bola oficial da Copa do Nordeste, Esporte Interativo e Penalty buscaram no sertão e no vocabulário local os elementos de identidade regional que consideraram mais significativos.

---

<sup>5</sup> O Moderno Dicionário da Língua Portuguesa Michaelis descreve o verbete *arretado*: “*adj (part de arretar) Reg* (Nordeste) Belo, grandioso, vistoso”. Vê-se que se trata de uma expressão considerada regional e peculiar do Nordeste.

## 6. FUTEBOL NORDESTINO EM DISCURSO NA TV ESPORTE INTERATIVO

### 6.1. Breve histórico: torcedores “mistos” e a mídia.

Existem em todas as regiões do Brasil torcedores de futebol que apoiam um time sediado em um estado diferente do seu, geralmente no RJ e/ou SP. Eles são chamados pejorativamente de “mistos”, adjetivo que evoca a ideia de mistura, de impureza. Essa nomeação foi criada por outra parcela de torcedores, que são contrários à maneira “mista” de torcer: os “anti-mistos”. Esses torcedores criticam duramente os mistos e expressam sua insatisfação de diferentes formas, como faixas nos estádios, camisas e grupos na internet. Os anti-mistos elaboram um discurso no qual analisam a distribuição de poder entre os times do futebol brasileiro, apontam prejuízos materiais e simbólicos que os mistos trariam aos times de sua própria região e teorizam sobre as razões de se existir esse perfil de torcedor. Os anti-mistos estão em todas as regiões do país mas, para os fins deste trabalho, irei me referir especificamente aos que estão presentes na região Nordeste. Os torcedores “anti-mistos” não formam um único grupo homogêneo de protesto, mas é possível apontar vários traços em comum no discurso de cada um deles.

Os anti-mistos afirmam que, no cenário do futebol brasileiro, os times do Sul e Sudeste, muito especialmente nos estados de RJ e SP, gozam de uma posição privilegiada, na qual teriam ao seu lado as principais instituições políticas (como a CBF e o agora decadente Clube dos 13); o maior aporte de recursos financeiros, vindos de patrocinadores e dos direitos de transmissão dos jogos; e uma grande exposição na mídia nacional. Pensando o futebol brasileiro como um *campo*, tal como Bourdieu nos traz esse conceito, poderíamos dizer que os clubes de RJ e SP, na avaliação dos “anti-mistos”, estariam em uma posição de *dominantes*, visto que possuem alguns dos principais tipos de *capital* fundamentais para esse *campo*: o político, o financeiro e o midiático. Já os times de outras partes do país, como a região Nordeste, ficariam na condição de *dominados*.

A posse desses *capitais* ajuda no ganho de um outro, também importante: o simbólico. Este capital pode ser entendido como os títulos relevantes conquistados pelo time; a qualidade e fama de seus jogadores; bem como a quantidade de torcedores que esse clube possui. Quanto mais *capital* financeiro possui, mas chances um clube tem de formar um elenco forte e conquistar títulos importantes. Também viabiliza a contratação

de jogadores famosos, “estrelas” do futebol que atraem a atenção de todos os que gostam desse esporte. Por sua vez, o capital midiático leva os jogos e o dia-a-dia desses times a cidades distantes da sua sede. Em muitos casos, a presença de times “de fora” em alguns estados da mídia de alguns estados do NE é maior do que os próprios clubes locais. Isso faz com que os clubes de RJ e SP, embora distantes geograficamente, se tornem simbolicamente muito próximos da realidade desses torcedores, dando grande contribuição para que esses fãs de futebol criem laços de admiração com esses times.

A influência da mídia no processo de escolha de um time para torcer por parte do torcedor nordestino é ponto de destaque nas críticas e análises dos anti-mistos. Para eles, a ação dos meios de comunicação nesse processo se dá de maneira alienante e determinante. Uma frase comum usada pelos “anti-mistos”, inclusive estampando camisas é “Eu escolhi o meu time, a mídia escolheu o seu”.

Para os “anti-mistos”, o fato de nordestinos torcerem por clubes “de fora” traz grandes prejuízos ao futebol da região, fortalecendo o cenário de desigualdade. O “misto” deixaria de oferecer apoio financeiro e simbólico aos times da sua região – os que realmente pertenceriam a ele – para valorizar clubes de outras parts do país – que pertencem aos outros, não a ele. A frase mais usada e mais forte usada pelos “anti-mistos” descrevem os mistos como a “Vergonha do Nordeste”<sup>6</sup>.

## 6.2. #NordesteLivre: o Esporte Interativo como “libertador”

Grande parte da repercussão do discurso “anti-misto” se dá na Internet, veículo que o EI usa largamente para interagir com seu público. Provavelmente não por acaso, os argumentos ideológicos “anti-mistos” são utilizados pelo canal para ressaltar a importância do futebol nordestino e exaltar o papel da emissora no processo de valorização do esporte dessa região.

Após as primeiras rodadas da Copa do Nordeste, o EI começou a usar durante algumas transmissões e programas a *hashtag* #NordesteLivre, acompanhada de uma explicação, feita pelo locutor ou apresentador, sobre o seu significado. Essa explicação

---

<sup>6</sup> Dediquei-me a uma análise mais detalhada sobre os torcedores “mistos” em minha dissertação de mestrado (VASCONCELOS, 2011).



pode ser resumida em um texto disponível na página inicial do site do Esporte Interativo Nordeste<sup>7</sup>:



Imagem 02: Arte que ilustra o site do Esporte Interativo Nordeste. Vê-se a logomarca e *slogan* do canal, a *hashtag* #NordesteLivre, parte da *hashtag* #ONordesteMerece em segundo plano, a bola oficial e a taça da Copa do Nordeste 2014, e a imagem de um jogador rompendo correntes que lhe prendiam os pulsos.

LIVRE PARA TORCER

LIVRE PARA SER NORDESTINO

Imagine como seria bom se todas as TVs respeitassem o Nordeste. Nossa cultura, nosso orgulho.

Pelo menos no esporte, estamos livres.

Não precisamos mais deixar a TV escolher outro time para torcermos. Temos a competição mais charmosa do Brasil, com álbum de figurinhas, bola e taça desenhados pensando na gente.

Já podemos assistir a mais de 200 jogos dos nossos times em 2014 no canal que foi feito para nossa região.

Só o Esporte Interativo Nordeste transmite todos os jogos da Copa do Nordeste e 7 estaduais até 2022. E tem uma equipe de 50 jornalistas na região cobrindo diariamente todos os times, além de 5 programas pensados para nós, torcedores mais apaixonados do Brasil.

ESCOLHA SER LIVRE.

ESCOLHA O ESPORTE INTERATIVO NORDESTE.

Além desse texto, o site traz ainda várias outras mensagens curtas sobre o canal, dentre as quais se destaca a seguinte:

<sup>7</sup> <[www.einordeste.com.br](http://www.einordeste.com.br)> acessado em 01/03/2014.

Fim da ditadura do eixo Rio-SP no futebol

Com o Esporte Interativo Nordeste no ar, o Nordeste pode dizer que tem um canal para chamar de SEU. Finalmente, o torcedor nordestino ganhou o direito de assistir ao seu time na televisão.

O EI NE conjuga os verbos na primeira pessoa do plural ao se referir ao Nordeste, indicando que a emissora se vê e se apresenta como pertencente à região. Acusa as emissoras de TV de não respeitarem o Nordeste e reforça a ideia de que a mídia influencia de maneira impositiva na escolha do time para torcer, uma espécie de “ditadura” dos clubes de RJ e SP. Anuncia, por outro lado, que os dias de libertação dessa falta de respeito finalmente chegaram, ao menos no campo da mídia esportiva. Libertação esta trazida pelo canal EI Nordeste, “feito para a nossa região”. Em seguida, ressalta as qualidades e a grandeza da Copa do Nordeste, apresentada como “a competição mais charmosa do Brasil” e várias vezes chamada de “o principal torneio regional do Brasil” durante transmissões e programas. A Copa do NE possui inclusive bola com nome próprio – a Asa Branca – e álbum de figurinhas, elementos que geralmente estão presentes apenas em grandes competições nacionais e internacionais, como o Campeonato Brasileiro e a Copa do Mundo. O texto traz vários números que tem o objetivo de mostrar que a emissora não está economizando investimentos para a cobertura dos esportes nordestinos. E embora não apareça na mensagem, o EI Ne transmite jogos e programas em alta definição, fato que é por diversas vezes lembrado por locutores e apresentadores – todo esse investimento reforçando a ideia de valorização e respeito. Elogia o torcedor nordestino (“nós”) como o mais apaixonado do Brasil. Finaliza afirmando que escolher o EI Nordeste significa escolher ser livre.

O presidente do grupo EI, Edgar Diniz, apresentou um discurso semelhante já durante a cerimônia de inauguração do EI NE: “[O Nordeste] é a região mais apaixonada do Brasil por futebol e que é relegada a segundo plano pelos canais nacionais de esporte”<sup>8</sup>.

Por ter tantas qualidades, como a “competição mais charmosa” e os “torcedores mais apaixonados”, e por passar tantos anos “aprisionado” por programas esportivos que relegavam o futebol nordestino a segundo plano, é por essas razões que #ONordesteMerece. Merece respeito, liberdade, destaque. Esta é a mensagem que o EI deseja passar.

---

<sup>8</sup> Vídeo disponível em: <http://youtu.be/ngEond57jWM>

Percebe-se, aqui, alguns dos elementos através dos quais o EI vê o Nordeste e o apresenta para o Brasil. Mais uma vez, a descrição homogênea dessa região é marcante: fala-se sempre em “o” Nordeste e “o” nordestino, sem maiores diferenciações internas. A região estaria sofrendo com a falta de respeito nacional, representada no texto pelas emissoras de TV. Faltaria liberdade ao Nordeste, que não teria, até a chegada do EI, o direito de assistir às suas competições aos seus times, precisando acompanhar torneios e clubes pertencentes aos outros, por imposição da mídia. O EI, ao falar que “pelo menos no esporte, estamos livres” demonstra que as amarras que impedem a liberdade nordestina estão para além da mídia e do esporte, mas não desenvolve o argumento para além desta frase.

Pode-se observar, aqui, três características que fazem parte do discurso regionalista nordestino: a polarização Norte x Sul (ou Nordeste x Sudeste, neste caso); a situação vitimada do Nordeste neste contexto; e a posição tendenciosa do poder central em favor do Sul.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O sertão é um desses elementos marcantes. Ele está presente, por exemplo, no nome da bola da Copa do Nordeste, a Asa Branca; no cangaço de Virgulino Lampião (Lampions League) e Maria Bonita (um dos nomes sugeridos para a bola); no forró tradicional remetido pelo uso de triângulo em algumas vinhetas e também no nome Asa Branca.

A região é descrita geralmente de maneira homogênea: “o” Nordeste; “o” nordestino, estando isso presente até no nome de um dos canais da rede: o Esporte Interativo Nordeste. Mesmo quando se fala em termos de estado, quando a respeito dos campeonatos estaduais, por exemplo, parece ser muito mais a referência às partes que somam um todo integrado.

A polarização Norte vs. Sul (ou Nordeste vs. Sudeste, neste caso) é usada para descrever tanto a posição da região no cenário nacional quanto a condição de *dominados* dos clubes nordestinos no *campo* do futebol brasileiro. Essa dicotomia é reforçada pela acusação de privilégio que uma instituição central (a mídia, no discurso do EI, mas também a CBF, na avaliação dos “anti-mistos”) daria aos times de RJ e SP em detrimentos dos demais, onde se incluem os nordestinos. Seria a “ditadura do eixo

Rio-SP” que imporia, através da mídia, aos nordestinos um conteúdo esportivo voltado aos times “de fora”, que não pertenceriam a eles. O Nordeste precisaria se libertar dessa situação de *dominado*, e o EI estaria contribuindo para isso, ao menos no campo da imprensa esportiva, ao transmitir vários campeonatos da região, criar uma emissora própria para o Nordeste e investir pesado em profissionais e estrutura.

Apesar de desprivilegiado em relação aos clubes do “eixo”, o futebol nordestino seria rico em um elemento fundamental no futebol: a torcida. O torcedor nordestino (também tratado homogeneamente) é descrito como o mais apaixonado do Brasil. O principal torneio da região é apresentado como o mais charmoso do Brasil e que estaria em crescente importância, um crescimento do qual o EI faria parte.

Diante das tantas dificuldades, mas também das relevantes qualidades da região é que, no discurso da TV Esporte Interativo, um #NordesteLivre é o que #ONordesteMerece.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE JÚNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. Recife: FJN/Massangana; São Paulo: Cortez, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

OLIVEIRA, Francisco de. **Elegia para uma re(li)giao: SUDENE, Nordeste. Planejamento e conflitos de classes**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

PENNA, Maura. **O que faz ser nordestino: identidades sociais, interesses e o “escândalo” Erundina**. São Paulo: Cortez, 1992.

SILVEIRA, Rosa Maria Godoy. **O regionalismo nordestino: existência e consciência da desigualdade social**. São Paulo: Moderna, 1984.

VASCONCELOS, Artur Alves de. **Identidade futebolística: os torcedores “mistos” no Nordeste**. 2011. 90 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

VIEIRA, Sulamita. **O sertão em movimento: a dinâmica da produção cultural**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2012.