

## **Estudo antropológico em Maceió acerca da sustentabilidade: um parecer entre os valores sustentáveis dos sítios de notícias locais, as políticas públicas e a etnografia da cidade<sup>1</sup>**

*Diogo Cavalcante<sup>2</sup>*

### **Resumo**

Esta pesquisa busca compreender as atitudes não sustentáveis da população nos bairros de Maceió em detrimento às boas práticas. A partir deste ponto inicial, relacionar o conteúdo das matérias jornalísticas com o estudo etnográfico e com as políticas públicas implantadas pelos órgãos públicos e por outras instituições. Por fim, há o objetivo de apresentar uma política pública adequada para a cidade (quantas forem possíveis); bem como, criar uma proposta de trabalho de Relações Públicas que possa ser um norte para as organizações que atuam na cidade e que têm o interesse sustentável.

**Palavras-chave:** Antropologia; Sustentabilidade; Etnografia; Comunicação Pública; Relações Públicas

### **Primeiras impressões**

Hoje, a sustentabilidade é um tema que ganha espaço no dia a dia da sociedade. Discussões acerca do assunto ganham forma no nível familiar e casual e no político e empresarial. Normalmente, os debates giram em torno dos acontecimentos midiáticos ou das tragédias locais, que reforçam atitudes e opiniões reativas em detrimento das reações proativas. Por exemplo, só se preocupar com o meio ambiente após uma tragédia ou só observar um mal social em seu nível crítico. Na cidade de Maceió não é diferente. Observa-se maus hábitos no trato do lixo, meio ambiente e no cuidado com as pessoas. Este é o problema central desta pesquisa que leva a refletir acerca de duas questões afins.

Em contraponto a realidade de Maceió, é possível perceber comunidades diferenciadas que são proativas em suas práticas diárias de sustentabilidade. Normalmente são lugares desenvolvidos, que já passaram por experiências diversas e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II Simpósio Internacional de Gestão da Comunicação, Cultura e Turismo (SINCULT 2017), realizado em Salvador, Bahia, Brasil, período de 30 de novembro a 2 de dezembro de 2017.

<sup>2</sup> Especialista em Gestão Estratégica em Relações Públicas pela Faculdade Batista Brasileira (FBB). Relações-públicas (CONRERP/5ª 1782); trabalha no SENAC/AL.

hoje são mais conscientes. Contudo, isso nos leva para a primeira questão, por que os bons exemplos não são comumente copiados e incorporados por outras culturas?

Uma vez que toda cultura pode ser entendida como uma manifestação específica ou um caso do fenômeno humano, e uma vez que jamais se descobriu um método infalível para “classificar” culturas diferentes e ordená-las em seus tipos naturais, presumimos que cada cultura, como tal, é equivalente a qualquer outra. Essa pressuposição é denominada “relatividade cultural” (WAGNER, 2012, p. 29).

Com a indagação de Wagner, pode-se concluir que não é possível prevê a absorção entre culturas por se caracterizar um fenômeno humano e social. Se fosse viável classificá-las, talvez houvesse uma maneira de intercambiar comunidades predispostas a harmonização. Por outro lado, a equivalência entre as culturas dá a luz a possíveis comunidades relativamente dispostas a incorporar bons exemplos sustentáveis. É importante identificar os pontos de convergência para entender como os bons exemplos podem ser copiados.

A segunda questão observada diz respeito à ambiguidade do sentido sustentabilidade, que culturalmente foca na natureza e no meio ambiente e ignora os problemas que concernem ao indivíduo e à sociedade. O posicionamento a respeito da sustentabilidade vislumbra um sentido que corrobora o desenvolvimento responsável sem prejudicar a vida humana e a natureza. Garante também a harmonia entre os agentes sociais. Contudo, faz-se necessário pontuar: sempre haverá algum grau de desperdício, degradação ou injustiça. Ser sustentável é diminuir ao máximo tudo aquilo que prejudique a sociedade, a natureza e o desenvolvimento.

Embora necessárias, as revisões constantes do conceito de desenvolvimento sustentável realizadas pela Organização das Nações Unidas (ONU)<sup>3</sup> são as possíveis causas da ambiguidade, pois não definiu no curto prazo que o ser sustentável precisa de um ambiente físico e social para se manter ao longo do tempo. Isso acabou por gerar um efeito contínuo em países, regiões, estados e municípios. Ademais, são poucas as ações educativas ou políticas públicas que orientam adequadamente e ajudam a desenvolver o senso crítico e a proatividade da população no cotidiano. Ações reativas são comumente

---

<sup>3</sup> Ver Moreira, 2007, p. 165-179.

praticadas e culturalmente transferidas, contrastando com a pergunta apresentada na primeira questão relacionada ao problema deste projeto de pesquisa.

Com o intuito de captar valores sustentáveis, haverá uma análise das matérias jornalísticas escritas nos sítios locais de Maceió que tratam de sustentabilidade. O intuito é buscar dados para fazer um estudo etnográfico crítico nos bairros de Maceió. Dessa maneira, serão pesquisadas também as políticas públicas existentes relacionadas a práticas sustentáveis implantadas por órgãos públicos do estado e do município. A ideia é compreender o contexto de Maceió para facilitar a pesquisa.

[...] deve-se ter em mente o fato de que a etnografia está, do começo ao fim, imersa na escrita. Esta escrita inclui, no mínimo, uma tradução da experiência para a forma textual. O processo é complicado pela ação de múltiplas subjetividades e constrangimentos políticos que estão acima do controle do escritor. Em resposta a essas forças, a escrita etnográfica encena uma estratégia específica de autoridade (CLIFFORD, 2002, p. 21-22).

O ar crítico da etnografia sempre pode ser observado nas minúcias do texto. Isso se dá pelas múltiplas subjetividades e não será diferente no estudo aqui sugerido. Contudo, a proposta é entender antropologicamente as características dos cidadãos nos bairros de Maceió no que diz respeito aos seus processos sustentáveis.

Os sítios de notícias foram pensados em virtude do viés social que normalmente é buscado no jornalismo. Dentro dessa lógica, o serviço de comunicação pública eventualmente pode ser praticado, vislumbrando o interesse público ao transmitir informação. Salve as suas devidas naturezas, é uma proposta de comunicação semelhante à dos órgãos públicos que planejam as políticas públicas. Com a observância desse compromisso, a tendência é colher bons conteúdos que auxiliarão o trabalho etnográfico.

Para conscientizar nossa análise nos valem da afirmação de Pêcheux (1977, p. 01), “uma certa maneira de tratar os textos está inextricavelmente imbricada em uma certa maneira de fazer política”. Ou seja, não é possível se desvincular de uma posição na luta de classes, e isso vale para os sítios e para os órgãos públicos, sendo a história capaz de desvendar essa relação à medida que as ideias se transformam com o passar do tempo.

A comunicação pública é um serviço público e, portanto, tem a finalidade de servir a população. Como tal, deve primar pelo “bem comum”, ‘equilíbrio’, ‘qualidade’, ‘interesse nacional’, dirigindo-se a ‘todas as secções da sociedade’ e a ‘todas as partes do País’, orientando-se para objetivos como ‘educar’, ‘informar’, desenvolver o ‘espírito crítico’, contra o ‘sistema de mercado’” (SERRANO, 1998, p. 7-8). Assim, espera-se que as instituições que a praticam se desvinculem dos interesses econômicos e abordem o tema – sustentabilidade – no seu sentido mais amplo até o fato específico em questão, sendo possível estimular a manutenção harmônica entre a natureza, o meio social e o desenvolvimento.

Constitui um consenso entre os modernos antropólogos que fazem trabalho de campo que um relato das instituições de um povo nativo deve conter alguma descrição dos métodos pelos quais foi obtida a informação. Isso concorda com a posição lógica reconhecida de que mesmo o mais simples registro do que parece ser os “fatos” de uma cultura nativa envolveu uma considerável soma de interpretação, e cada generalização sobre o que as pessoas fazem significou uma escolha dentre o campo incomensuravelmente amplo de sua atividade, uma comparação de itens do comportamento individual (FIRTH, 1998, p. 85).

É possível nos depararmos com uma provável impossibilidade que impede a prática plena da comunicação pública, visto que a classe dominante, que detém o poder econômico, impõe sua ideologia nos moldes do interesse particular subjugando o coletivo. Portanto, iremos revelar até que ponto as instituições conseguem incorporar uma cultura mais responsável e compromissada com uma sociedade sustentável.

### **A importância dos agentes sociais**

As atitudes sustentáveis são cada vez mais exigidas. Isso ocorre porque a população tem crescido gradativamente, tornando as relações mais complexas; porque os recursos naturais estão sendo utilizados com mais intensidade; e também porque o desgaste ambiental tem se agravado. Para que haja uma mudança significativa todos os agentes sociais precisam se envolver: população, órgãos públicos, iniciativa privada, organizações não governamentais – ONG’s, veículos de comunicação.

Esta pesquisa busca revelar a responsabilidade que todos precisam assumir, dando destaque ao aspecto democrático e cidadão. Vale ressaltar o papel chave do governo no processo de melhoria, envolvendo os agentes e estimulando a participação. Contudo, nota-se pouca efetividade em suas ações ou uma atuação passiva e reativa.

A conclusão desta pesquisa ajudará definir um roteiro de atuação que vislumbrará os campos a serem atingidos no curto, médio e longo prazo. Esses campos serão melhor definidos ao longo da pesquisa, mas, pode-se supor: a coleta e tratamento do lixo; a educação em seus vários níveis; os cuidados com a natureza; práticas abusivas; descasos sociais; etc.

Por fim, com todo esse estudo será possível compreender um pouco mais acerca da absorção cultural de valores inerentes a sustentabilidade por uma dada comunidade, aqui representada pela cidade de Maceió.

### **Relação conceitual sobre o tema**

A Antropologia social ajudará a formar a base teórica deste trabalho, fundamentada para analisar o contexto cultural de Maceió e de todos os seus agentes. É possível gerar a mudança cultural proposta porque o homem “nunca deixa de ter esperança neste mundo [...]. Buscando uma coisa após outra, ele constata que ‘nada é queda permanente’” (SAHLINS, 2007, p. 486). Ademais, somente com envolvimento democrático e participação cidadã os homens egoístas estarão livres de se dissolverem “numa guerra de todos contra todos” (IDEM). Para evitar o declínio, tem-se a necessidade de identificar o sentido que envolve as questões da natureza, do meio ambiente, da sociedade, dos seus indivíduos e do desenvolvimento. A escolha do tema sustentabilidade não foi por acaso.

Festejada por muitas pessoas e organizações nos últimos anos, a sustentabilidade tem em sua história a crescente importância que lhe é dada por mídia, autoridades, organizações, órgãos de certificações, sociedade civil, lideranças e, sobretudo, opinião pública. E é exatamente por isso que se deve tratá-la no âmbito da forma e do conteúdo. Existem gradações, escalas, dimensões para cada olhar sobre a sustentabilidade. (FARIAS; KUNSCH, 2013)



O desenvolvimento sustentável se tornou o lema de muitas instituições e é pauta recorrente nos meios de comunicação. Ser sustentável é a garantia de existência e sustentação da sociedade e de todos os seus agentes. Ao longo desta pesquisa as posições ideológicas serão identificadas, dando mais clareza aos processos culturais e ao estudo etnográfico.

Será importante destrinchar as políticas públicas e as matérias jornalísticas porque elas tentem a defender apenas uma dada posição, pois segundo Pêcheux (1995, p. 160): “o sentido não pertence à própria palavra, não é dado em sua relação com a literalidade do significante”. Ou seja, um problema cultural profundo pode estar norteando as práticas não sustentáveis sem que seja percebido pelos agentes.

Inicialmente, é necessário compreender a Comunicação Pública. Para tanto, partimos do pressuposto de Matos (2006) que aborda a “Comunicação Pública como serviço público” que mantém os padrões de interesse público e fomenta a cidadania. Dessa forma, ela funciona como um instrumento político, promovendo o debate e a participação e construindo propostas com o intuito de impactar positivamente a sociedade.

A construção do conteúdo deve se isentar dos interesses particulares. Para alcançar tal objetivo, é necessário primar e promover quatro conceitos: (I) a coletividade, que estimula o sentimento de pertencer a sociedade; (II) a transparência, que garante a lisura e a confiança dos leitores na informação; (III) a democracia, que envolve as pessoas na tomada de decisão; e (IV) o controle social, que dá resultados observáveis à população.

[...] as ideias da classe dominante são, em todas as épocas, as ideias dominantes, ou seja, a classe que é poder material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, o seu poder espiritual dominante. (MARX; ENGELS, 2004, p. 48)

Hoje, o capitalismo molda as relações sociais e de mercado, portanto a classe dominante é aquela que detém o capital. Neste contexto, não é possível que uma instituição se isente das questões capitalistas; a lógica do mercado estará sempre presente. Dessa maneira, a comunicação pública também deve incorporar conceitos

como: concorrência, competição, disputa, lucro, necessidade, audiência e entretenimento, entre outros.

Vale ressaltar que “tal realidade não elimina a existência de outros sentidos no interior dos discursos” (BASTOS, 2007, p. 77), ou seja, há um jogo de influências inevitável quando se faz comunicação pública. Para tanto, a produção continua sendo alimentada pelo interesse público, pelo direito à informação e pela busca da verdade e da responsabilidade social.

A comunicação pública é como um modelo de atuação, que usa a informação de maneira responsável para servir às necessidades e carências da sociedade. Porém, é possível que indivíduos ou instituições se apropriem da comunicação pública de maneira indevida.

Não se pode, ao que parece, pensar um sem o outro, o poder e a palavra, dado que sai ligação, claramente meta-histórica, não é menos indissolúvel nas sociedades primitivas do que nas formações estatais (CLASTRES, 2003, p. 150).

Deve-se ter cuidado ao analisar a influência cultural dos agentes sociais. Não há possibilidade da imparcialidade se fazer presente nos textos (políticas públicas e matérias jornalísticas), pois, mesmo na história, o poder (capacidade de influenciar) e a palavra (falada e escrita) jamais se dissociaram. Inclusive, foram decisivas para que as características observáveis nos estudos etnográficos fossem hegemônicas e devidamente partilhadas. A cultura não é estática; está sempre influenciando e sendo influenciada por meio de processos comunicacionais.

### **O paradoxo da sustentabilidade de instituições privadas**

Em geral as instituições se utilizam do termo sustentabilidade com o seguinte apelo: lutamos pelo “desenvolvimento de uma economia verde para o desenvolvimento sustentável” (FARIAS; KUNSCH, 2013, p. 11). Culturalmente se imagina que o foco é exclusivamente ambiental. As organizações se preocupam pouco com a explicação do porquê cuidar do meio ambiente, por conseguinte a relação da natureza com o bem estar social permanece ambígua. Deveriam falar, por exemplo, que recursos naturais escassos

umentam a pobreza, portanto, a ideia real é fomentar “estilos de vida mais saudáveis” e propiciar “melhores condições humanas” (Idem, p. 12). Talvez por falta de esclarecimentos há pouca preocupação em Maceió acerca da sustentabilidade. Na prática é mais fácil haver negligência quanto as questões sociais que estão diretamente ligadas ao tema; isso não é agir de maneira sustentável. Algumas perguntas são suficientes para notar a realidade. Como é a coleta de lixo do seu bairro? O que é feito com o lixo? Qual foi a última vez que você viu alguém jogar lixo no chão? Quantas árvores são derrubadas sem um motivo aparente? Já notou que onde há pobreza também há poluição?

A literatura acadêmica acerca da sustentabilidade provoca essa reflexão, mas as instituições são mais simplistas: plantam uma árvore e registram para o público ver. A sociedade civil vem pressionando as organizações e eliminando posturas inadequadas. Quando se analisa os discursos não se percebe de imediato tais atitudes impróprias, mas

[...] se a realidade essencial é a mais escondida, a chave da interpretação não está na ausência do discurso nem nos seus explícitos, “mas no entremeio de sua latência, necessitando de uma escuta ou uma leitura particular”. (AMARAL, 2013, 109).

Ao observar dados etnográficos de uma dada comunidade, é possível averiguar a efetividade das instituições ao comunicar sobre sustentabilidade. Por isso, vamos buscar o máximo de informação, desenvolvendo um trabalho crítico e filosófico acerca das características culturais dos bairros de Maceió. Esse trabalho torna-se custoso quando percebemos que

[...] a noção de sustentabilidade é tornada presente nos mais diversos contextos (dentre outros, o científico, o político e o organizacional), mesmo quando não há compreensão qualificada sobre o que signifique e suas implicações. Os variados (e nem tão cuidadosos) usos do termo e as manifestações que o acionam evidenciam a discrepância sobre quais são “os sentidos de sustentabilidade”. Essa polissemia não apenas revela o fato de que se trata de uma noção em construção, mas também de uma arena em que diferentes forças – cientistas, ecologistas, gestores, consumidores, políticos e outras – se materializam para instituir o sentido de sustentabilidade mais científico, ecossistemicamente mais adequado e/ou o que melhor atende seus interesses particulares. (Baldissera; Kaufmann, 2013, p. 61).



A sustentabilidade é um tema difundido, mas ao mesmo tempo desconhecido. Cada qual a define de acordo com sua própria realidade e conveniência, de modo a simplificar e muitas vezes deturpar sua definição.

Não é raro perceber conceitos e ideias em oposição, como por exemplo quando uma organização preserva uma área de floresta, mas não cuida dos recursos naturais que usa. Quando questionada, é comum que a organização alegue que é sustentável pois preserva uma área florestal. Outro caso comum ocorre quando uma empresa apoia uma ONG que protege a natureza e diz que essa atitude é importante para a humanidade, mas não presa pelos seus funcionários e pela comunidade do entorno, que são a própria humanidade.

Observando tais discursos: ser parcialmente sustentável caracteriza a sustentabilidade praticada pelas instituições. Culturalmente falando, isso é um péssimo exemplo para as pessoas, que acabam seguindo pelo mesmo caminho. Portanto, assim como Marx e os demais autores que se valem do pensamento dialético, “a distinção entre a aparência e essência é primordial” (NETTO, 2013, p. 05) e nos faz desvendar os detalhes da cultura, que às vezes é imposta pelas instituições.

É possível haver interesses em apresentar uma ideia sustentável supostamente acabada que esconde a diversidade do tema. Além dessa limitação de sentido, não se observa campanhas educativas ou de conscientização no dia a dia. Esse posicionamento acaba por se cristalizar na cultura porque os indivíduos tendem a ver as instituições como modelo a se seguir. Aparentemente, o verdadeiro projeto é manter a passividade e a limitação do senso crítico das pessoas.

As relações de poder, com diálogo e envolvimento participativo, são substituídas pelas disputas de poder, com imposição e negligência para com o outro. Por esse caminho é impossível ser ecossistemicamente adequado e inevitavelmente os interesses particulares terão prioridade. As organizações detêm poder significativo na sociedade e por isso ocupam um lugar de destaque no jogo de influências sobre a sustentabilidade. Há aquelas que valorizam o social, ambiental, político e cultural, mas também aquelas

que são pautadas pela lógica da produção e do consumo constante. De acordo com os dados do Empresômetro<sup>4</sup>

O Brasil possui atualmente 12.904.523 (Doze Milhões, Novecentos e Quatro Mil, Quinhentos e Vinte e Três) de empreendimentos, incluindo seus estabelecimentos matriz e filiais. Destes, 90%, que representam 11.663.454 empresas são empreendimentos privados. Outros 9%, ou, 1.144.081, são entidades privadas sem fins lucrativos, e 1%, 96.988 são entidades públicas governamentais. (IBPT, 2012, p. 04).

Com esses dados, pode-se concluir que as empresas com foco no capital e lucro são a maioria no Brasil, pelo menos 90% das organizações, contra 10% de ONGs ou entidades governamentais, que, em princípio, estão mais abertas ao sentido completo da sustentabilidade. Por fim, esse ambiente sugere um direcionamento de mercado em detrimento do ser sustentável que afeta culturalmente as pessoas e que pode ser notado em estudos etnográficos.

### **A prática da pesquisa**

O *corpus* da pesquisa será constituído a partir das matérias referentes ao tema sustentabilidade produzidas no sítios de notícias, das políticas públicas implantadas em Maceió e do estudo etnográfico nos bairros do município. Nós utilizaremos palavras-chave para avaliar o *corpus*, com: sustentabilidade, sustentável, meio ambiente, energia, matéria-prima, ecologia, ecologicamente correto, ecologicamente viável, socialmente justo, desenvolvimento humano, ser humano, responsabilidade social, ética e moral, memória social, cultura, ambiente social, antropologia, educação, desenvolvimento econômico, relações de poder, trocas culturais, práticas culturais, crescimento sustentável, gestão sustentável, investimento social, investimento responsável, balanço social e politicamente correto, entre outras que poderão surgir no decorrer da pesquisa.

Para compreender este trabalho, serão adotados os seguintes procedimentos:

- Revisar a literatura específica da antropologia social e da etnografia;

---

<sup>4</sup> Último censo das empresas brasileiras. Totalidade de empresas em 30/09/2012.

- Revisar e discutir conceitos que auxiliarão a análise do objeto: cultura, etnografia, comunicação pública e sustentabilidade.
- Colher o *corpus* da pesquisa e tecer as devidas explanações;
- Analisar o objeto: os bairros da cidade de Maceió e suas práticas sustentáveis observáveis através de um estudo etnográfico;
- Propor políticas públicas efetivas para a realidade cultural observada;
- Escrever o conteúdo em consonância com todo o material colhido;
- Elaborar uma proposta norteadora de Relações Públicas para o tema sustentabilidade.

Sobre as pesquisas que por ventura forem feitas, para garantir a credibilidade deste projeto e uma plena análise futura de outros pesquisadores, vamos apresentar a nossa relação com as pessoas envolvidas, se o contato é diário ou esporádico, como se dá a comunicação ou as trocas culturais e qual o tipo da relação, entre outros pontos inerentes a uma boa prática antropológica.

### Referências bibliográficas

AMARAL, Maria V.B. O marxismo inconcluso da análise do discurso: um legado de Michel Pêcheux. Buenos Aires, 2013. Disponível em <<http://revistas.filo.uba.ar/index.php/sys/article/view/119/87>>. Acesso em: 15/08/2016.

Baldissera, Rudimar; Kaufmann, Cristine. Comunicação organizacional e sustentabilidade: sobre o modelo instituído no âmbito da organização comunicada. Revista ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 10, n. 18. São Paulo: ECA-USP/Gestcorp, 2013.

CLASTRES, Pierre. A sociedade contra o Estado. In: A sociedade contra o Estado. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

CLIFFORD, J. Sobre a autoridade etnográfica. In: A experiência etnográfica. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2002.

FARIAS, Luiz A.; KUNSCH, Margarida M. Krohling. O que não é sólido desmancha no ar. Revista ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 10, n. 18. São Paulo: ECA-USP/Gestcorp, 2013.

FIRTH, R. W. Na Polinésia Primitiva e Ajustamento à Civilização. In: Nós, os Tikopias. São Paulo: EDUSP, 1998



- IBPT – Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação –. Empresômetro – censo das empresas e entidades públicas e privadas brasileiras. BrProspect, 2012. Disponível em <[http://www.deleon.com.br/estudos/censo\\_das\\_empresas\\_e\\_entidades\\_-\\_outubro\\_2012\\_-\\_v10\\_-\\_imprensa.pdf](http://www.deleon.com.br/estudos/censo_das_empresas_e_entidades_-_outubro_2012_-_v10_-_imprensa.pdf)>. Acesso em: 15/08/2016.
- MARX, K; ENGELS, F. Manifesto do partido comunista. São Paulo: Martin Claret, 2004
- MATOS, Heloiza Helena Gomes. Comunicação Política e Comunicação Pública. Revista ORGANICOM: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 03, n. 04. São Paulo: ECA-USP/Gestcorp, 2006.
- MOREIRA, Luciano Accioly Lemos. A (in)sustentabilidade do discurso para o desenvolvimento sustentável do Banco Mundial. Revista Leitura: Revista do Programa de Pós-graduação em Letras e Linguística – UFAL. Nº 40, Maceió: EDUFAL, 2007.
- NETTO, José Paulo. 2013. Introdução ao método da teoria social. Disponível em <<http://www.pcb.org.br/porta1/docs/int-metodo-teoria-social.pdf>>. Acesso em: 15/08/2016.
- PÊCHEUX, Michel. Remontamos de Foucault a Spinoza. 1977.
- \_\_\_\_\_. Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: EDUNICAMP, 1995.
- SERRANO, Estrela. O espaço público e o papel do Estado na sociedade global da informação. Lisboa, 1998. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serrano-estrela-espaco-publico-estado.pdf> >. Acesso em: 13/08/2016.
- SAHLINS, Marshall. Cosmologias do Capitalismo. In: Cultura na Prática. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ. 2007.
- WAGNER, R. A presunção da cultura. In: A invenção da cultura. 1 ed. São Paulo: Cosac & Naify, 2012.

### **Referências adicionais não citadas**

- AGIER, Michel. Antropologia da Cidade: lugares, situações movimentos. São Paulo: Editora Terceiro Nome, 2011.
- BOFF, Leonardo. Sustentabilidade: o que é; o que não é. Petrópolis: Vozes, 2013.
- BAKHTIN, M. Marxismo e filosofia da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2004.
- COURTINE, Jean-Jacques. Metamorfose do Discurso Político, Derivas da fala pública. São Carlos: Clara Luz, 2006
- FOLADORI, Guilherme. Limites do desenvolvimento sustentável. São Paulo: Imesp, 2001.
- ORTNER, Sherry. Teoria na Antropologia desde os anos 60. Mana, 17(2): 419-466, 2011.