



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

**Folkcomunicação e Turismo Cultural: Festa do Guaraná de Maués
(AM)¹**

Mônica Cybelle Ferreira de Figueiredo²
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

Resumo

Este artigo traz uma breve análise sobre a Folkcomunicação como uma das ferramentas para o desenvolvimento do turismo no município de Maués, no Amazonas, a partir de sua relação com a Festa do Guaraná. Para isso, apresenta-se um curto relato histórico sobre Maués, sobre seu principal produto agrícola produzido na região, o Guaraná, e todas as lendas e mitos que lhe cercam, povoando o imaginário popular e dando origem a uma das principais festas populares do estado: A Festa do Guaraná de Maués. Ao longo desta pesquisa, os conceitos de Folkcomunicação e Turismo também se fazem necessário para compreendermos esse processo folkcomunicacional como articulador do desenvolvimento local. O percurso metodológico está alicerçado na pesquisa indutiva por meio de método de indução científica que, após análise bibliográfica e conhecimento empírico de causa, conclui-se que a Folkcomunicação é uma ferramenta fundamental no processo de gestão turística e favorece a cultura local, em uma ação endógena, partindo da interior do município ao público externo.

Palavras-chave: Folkcomunicação. Turismo. Festa. Guaraná. Maués.

1. Introdução

Mitos, lendas e festa nos levam ao município de Maués, distante a 267 quilômetros da capital do Amazonas, Manaus. Localizada no baixo Amazonas, a “Terra do Guaraná” traz em suas raízes históricas um misto de cultura, crença, mistérios e desejos associados às suas belezas naturais. Este artigo traz uma análise sobre as possibilidades do uso da Folkcomunicação turística como uma alternativa para o desenvolvimento local a partir da Festa do Guaraná de Maués.

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação e Desenvolvimento Local da XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

² Jornalista Mestranda no Programação de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) na Universidade Federal do Amazonas (Ufam) Manaus. Amazonas. Brasil. Email: monicacybelle@gmail.com



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação Universidade Federal do Amazonas - UFAM Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade de Maués possui, atualmente, mais de 60 mil habitantes. Sua sede está localizada em uma área de terra-firme banhada pelo rio Maués-Açu com altitude de 18 metros acima do nível do mar (PREFETURA DE MAUÉS, 2017).

Carneiro (2012) destaca que a criação da cidade de Maués, assim como a realidade de tantas outras ao longo do interior do Amazonas, surgiu a partir da presença dos missionários jesuítas, em meados do século XVI, aliado ao sonho português de expandirem seus territórios ocupados na Amazônia.

Consequentemente, com essa expansão, foi possível a fundação de 6 aldeias missionárias na região da Mundurucânia, como: Maguases (Maués), Tupinambarana, Andirazes, Curiatós, Abacaxis e Irurires. Segundo Serafim Leite, “os jesuítas Manuel Pires e Manuel Souza foram os primeiros a ocupar nossa região em 1660” (CERQUA, 1980, p. 21).

Fundada em 25 de junho de 1833, quando o município ainda se chamava Luséa, a história de Maués tem início com os índios Mundurucu e Mawé que viviam em constante conflito devido as suas diferenças culturais e a disputa da posse de terras da região conhecida como Mundurucânia, em meados do século XVIII. As duas tribos viviam da agricultura, principalmente do guaraná e da mandioca.

Maués traz em sua história de criação mitos e lendas, principalmente relacionadas ao “Guaraná”, cultivo primário dos agricultores da região. O município também é conhecido por suas belezas naturais, caracterizadas em suas praias, como a Ponta da Maresia e Antártica, que juntas formam uma área de balneabilidade de cerca de 2.400 metros, em frente à sede do município, dando boas vindas aos navegantes que chegam à cidade pelo rio Maués-Açu.

É neste cenário, de uma cidade banhada pelo rio Maués-Açu, que há 38 anos é realizada a “Festa do Guaraná de Maués”, uma das principais manifestações culturais dos municípios do interior do Amazonas. Porém, registros históricos revelam que a festa que celebra a colheita do guaraná foi criada pelo menos 15 anos antes da data oficial.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação Universidade Federal do Amazonas - UFAM Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

A festa, tradicionalmente, ocorre na principal praia da cidade, a Ponta da Maresia, e reúne milhares de pessoas do próprio município (incluindo as inúmeras comunidades ribeirinhas), turistas de cidades vizinhas, da capital Manaus e outros estados brasileiros, atraídos pelas atrações musicais de renome nacional.

A Festa do Guaraná tem sua origem associada à celebração da colheita da safra do guaraná, fruto cultivado pelos indígenas desde os primórdios na região de Maués (CARNEIRO, 2012). Geralmente, ocorre no último fim de semana do mês de novembro (época da colheita) e atrai milhares de visitantes à cidade, potencializando o turismo e a economia local.

O surgimento da Festa do Guaraná de Maués como um evento popular criado pela própria população a partir de líderes populares até sua consolidação como uma das maiores festas populares do interior do Amazonas, nos remete a associação direta aos estudos da Folkcomunicação, a primeira Teoria da Comunicação genuinamente brasileira.

Antes de adentrarmos no conceito de Folkcomunicação, é importante definirmos o conceito da palavra Folclore. Benjamim (2000) explica que a palavra Folclore foi gerada a partir de raízes saxônicas em que *Folk* significa “povo”, e *Lore* “saber”, logo, a palavra significaria “saberes do povo”. E prossegue destacando o conceito estabelecido na releitura da Carta do Folclore Brasileiro que considera o Folclore como um conjunto de criações culturais de uma comunidade, baseada em suas tradições individuais e coletivas.

Em suas definições, Beltrão (2007) classifica a Folkcomunicação como o processo de “intercâmbio de informações e manifestações de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”.

O vínculo existente entre o folclore e a comunicação popular, para o autor, não poderia ser ignorado pela imprensa midiática, principalmente se associarmos ao fato do Brasil ser um país rico em diversidade cultural. Entretanto, Beltrão (2007) ressalta que o processo comunicacional pelos populares não chega a ser prejudicado, pois os mesmos fazem uso de outros meios que acabam sendo eficazes para suas necessidades, como cordel, livretos, folhetos e afins.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação Universidade Federal do Amazonas - UFAM Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

De forma que possamos buscar melhor compreensão, vale enfatizar aqui a diferença proposta pelo escritor amazonense Márcio Souza³ entre “Folclore” e “Cultura Popular” definida de forma clara e com todo o valor construtivo que lhe cabe. Segundo o autor, “Folclore” é tudo aquilo que não tem autoria, como por exemplo, lendas como Curupira, Boto, Iara e a própria lenda do Guaraná e que vai passando de geração a geração. O Folclore tem origem no mundo rural e está ligado aos festivais profanos e religiosos. Para o escritor, o Folclore é uma manifestação profunda e de raiz, ou seja, não se sabe como começou a sua propagação, mas há crença. Já a “Cultura Popular” são as manifestações apropriadas. São adaptações e recriações da cultura ancestral do Folclore para o urbano, como as tradicionais cirandas dos festejos juninos, que têm suas origens portuguesas, e o próprio boi-bumbá.

Suas definições foram apresentadas durante o Seminário de Cultura Popular⁴ promovido no dia 1º de dezembro de 2017 pelo Conselho Municipal de Cultura de Manaus (Concultura).

Estudar essa relação entre o folclore, a cultura popular e a comunicação é uma das principais propostas deste artigo. Ao longo desta pesquisa buscaremos apresentar a origem da Festa do Guaraná, em Maués, associada a todas as lendas e mitos a ela relacionadas, passadas de geração à geração. Sua consolidação como uma das principais festas culturais do interior do Estado, representando, ainda, impactos na economia por meio do turismo e seu processo comunicacional baseado na Folkcomunicação e na comunicação midiática.

2. Das lendas e Mitos à Festa do Guaraná de Maués: Origem

O município de Maués é um dos principais produtores do “Guaraná”, do tupi “waraná” que significa “olhos de gente”. A origem do fruto é cercada por lendas que povoam o imaginário caboclo. Almeida (2007) relata a lenda *versus* o mito que

³ Márcio Gonçalves Bentes de Souza (1946). Romancista, ensaísta, dramaturgo, cineasta e jornalista. Nascido em Manaus atual presidente do Conselho Municipal de Cultura de Manaus (Concultura).

⁴ O Seminário de Cultura Popular ocorreu no Salão Espelhado do Olímpico Clube, em Manaus. Na ocasião, além do escritor Márcio Souza, estiveram presentes o músico e poeta Celso Braga, a coordenadora de cultura popular, Ednelza Sahdo, entre outros gestores, pesquisadores e especialistas no assunto.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

circundam sobre a origem do guaraná. A primeira é referente à índia Cereçaporanga (cereça: moça; poranga: mais bela) e o segundo sobre um curumim (índio criança).

O mito do guaraná conta que um casal de índios da tribo sateré-mawé vivia junto por muitos anos sem ter filhos, mas desejavam ser pais. Ao pedirem a Tupã (Deus) foram agraciados com o nascimento de um menino. O curumim cresceu bonito, generoso e bom, o que logo despertou inveja de Jurupari, o deus da escuridão, que decidiu acabar com a vida do jovem índio. Um dia, o jovem foi coletar frutas na floresta e Jurupari transformou-se em uma serpente venenosa, picando o curumim e matando-o instantaneamente. A notícia se espalhou pela tribo, e trovões clareavam o céu enquanto a mãe do jovem índio chorava sua morte. Ao ouvir os trovões, a mãe entendeu que se tratava de uma mensagem de Tupã e plantou os olhos do curumim no solo da aldeia de onde nasceu uma planta com um fruto semelhante aos olhos do jovem índio.



Figura 1. Fruto do Guaraná em Maués. Foto: Fernando Cavalcanti/Ambev.

Por outro lado, reza a lenda que o fruto do guaraná surgiu a partir de um amor proibido entre uma índia Cereçaporanga da tribo sateré-mawé com um jovem índio guerreiro de uma tribo rival. Ao serem descobertos, o casal passou a ser perseguido e abraçados clamaram a Tupã (Deus). Este teria enviado um raio sobre o casal. Todos então acharam que eles teriam morrido, entretanto foram levados ao céu por Tupã e na terra, no solo onde o raio tocou, brotou uma fruta, que lembravam os olhos cheios de paixão e energia de Cereçaporanga, o guaraná, fruto, popularmente conhecido por sua



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

energia e vitalidade (ALMEIDA, 2007). Esta é a versão mais popular sobre o guaraná e esta é encenada, anualmente, durante a Festa do Guaraná de Maués.



Figura 2. Encenação da Lenda do Guaraná. Cereçaporanga. Foto: Fernando Cavalcanti/Ambev

Instituída pela Lei Municipal nº 19, de 5 de junho de 1989, a Festa do Guaraná é realizada, anualmente, no último fim de semana do mês de novembro (com exceção deste ano de 2017 quando a festa ocorreu no primeiro fim de semana do mês de dezembro). Além do contexto cultural, durante a festa são realizadas feiras agrícolas e exposições sobre a cadeia e processo da fabricação do guaraná.

Tem gente pilando, torrando, fazendo bastão, moendo, tem até gente ralando bastão na língua de peixe para os visitantes beberem. O guaraná é servido com mel ou com outras misturas, para mostrar que a bebida pode ser consumida de diversas maneiras. São expostos artesanatos indígenas, trabalhos de artistas plásticos regionais e é encenada a lenda do guaraná. (ALMEIDA, 2017, p. 76).

Oficialmente, a Festa do Guaraná de Maués, com as características que mantém hoje, foi realizada pela primeira vez no ano de 1979, numa união das classes sociais do município, prefeitura e empresário. Porém, quinze anos antes já eram realizados os desfiles das Rainhas do Guaraná e um baile no Clube Guaranópolis (CARNEIRO, 2012).

Apesar de suas origens nas lendas e mitos populares, enraizadas na cultura indígena, a Festa do Guaraná não mobilizava a população de Maués de nível social mais baixo. O



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

quadro reverteu a partir de 1995 quando o então vice-prefeito de Maués, Sidney Leite, realizou uma enquete popular numa rádio local motivando a população a participar do evento, que, a partir de então passou a reunir multidões na praia da Maresia.

Hoje, além de shows musicais com a presença de bandas regionais e nacionais, durante a Festa do Guaraná são realizados concursos de trajes típicos das candidatas à rainha, a lenda e o mito do guaraná, desfiles e apresentações de rituais.



Figura 3. Encenação de ritual na Festa do Guaraná. Foto: Fernando Cavalcanti/Ambev

Superando cada vez mais a sua grandiosidade, a 38ª edição da Festa do Guaraná de Maués, em 2017, reuniu mais de 50 mil pessoas da Praia da Ponta da Maresia e injetou R\$ 10 milhões na economia local, segundo dados divulgados pela Prefeitura de Maués, estimulando, principalmente o turismo.

3. A Folkcomunicação aliada ao desenvolvimento do Turismo Local

A fim de alcançarmos o objetivo geral deste artigo, esta pesquisa buscou-se basear em teorias gerais para fundamentar a Folkcomunicação e o Turismo, mesmo entendendo a complexidade de definir este último, uma vez que esta área ainda é entendida como uma ciência em construção. Por sua vez, a Folkcomunicação também agrega uma alta complexidade enquanto estudo de produção e expressões culturais de um povo.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

Segundo Towner (1995) o modelo que vem se estudando sobre a história do Turismo é absolutamente colonial: sem aprofundamento, minimizando a rotina, as práticas e a cultura local, não se conhece como ele variou nas diferentes culturas ao longo dos anos.

Compartilhando do mesmo ponto de vista, Camargo (2001) identifica o turismo como fenômeno historicamente localizado, ou seja, um fenômeno não inerente à natureza, nem imemorial, mas datado e parte integrante de um momento da cultura do homem ocidental.

Já nos dias atuais, também se pode compreender o turismo como um fenômeno socioeconômico cuja prática social é de natureza dialética posto que a relação ativa com o mundo, lugares e paisagens do território, e também com outros indivíduos, possibilita a transformação da natureza, mas também do próprio fenômeno, gerando múltiplas inter-relações. (CAMMARATA, 2006).

Após essa discussão conceitual e já relacionando o turismo com as atividades culturais integrando um sistema, Lacerda (2010) afirma que o turismo traz uma dupla contribuição: direta e indireta. A primeira por apresentar resultados que enriquecem culturalmente a população que visita e os visitantes. Indireta, pois consiste no planejamento da viagem e “na verificação natural de pontos de dúvida entre turistas e o visitado” (LACERDA, 2010).

Dentro desta perspectiva, ao buscar desenvolver a atividade turística a partir de uma manifestação cultural, é preciso, antes de tudo, entender que este processo comunicacional precisa ser compreendido pela própria população, que deve estar ciente de sua importância e também a relevância de sua manifestação cultural, neste caso, a Festa do Guaraná de Maués, surgindo aqui o elo entre a importância da relação do Turismo com o processo folkcomunicacional, um sistema de Turismo.

O jornalista Luiz Beltrão foi o precursor nos estudos da Teoria da Folkcomunicação. Como citado anteriormente, esta teoria está intrinsecamente ligada ao folclore e as culturas populares e surgiu da necessidade de estudar tudo que estava à margem da sociedade, ou seja, a Teoria dos Marginalizados.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação Universidade Federal do Amazonas - UFAM Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

O fenômeno da marginalidade se caracterizou após a revolução burguesa e sua ideologia, e se agravou com a Revolução Industrial, geratriz conceptual e formal da sociedade de massa. Às camadas superiores – a elite do poder econômico e político – que estabelecem os níveis de civilização e as metas de desenvolvimento, inclusive sociocultural, se contrapõem indivíduos e grupos sem condições (ou a quem sempre são negadas condições) de alcançá-los, por sua pobreza, por suas culturas tradicionais, pelo isolacionismo geográfico, rural ou urbano, pelo baixo nível intelectual ou pelo inconformismo ativo e consciente com a filosofia e/ou a estrutura social dominante (BELTRÃO, 2007, p. 45)

Para Beltrão (2007) a Folkcomunicação é um processo artesanal e horizontal. Na prática, a Folkcomunicação é a forma de um povo transmitir sua cultura, seus pensamentos e costumes de geração a geração, estando entre seus principais objetivos o desenvolvimento, a inclusão e a transformação social.

Desta forma, Benjamim (2000) admite que há uma relação direta entre o Turismo e o Folclore, sendo o primeiro, o divulgador do segundo e juntos resultam positivamente na economia local de um lugar, proporcionando melhoria na qualidade de vida da população. Entretanto, o autor ressalta que esta relação precisa passar por avaliações, afim de que o agente cultura não seja pressionado por fatores econômicos.

4. A contribuição da Folkcomunicação para a Festa do Guaraná

Turisticamente a cidade de Maués é simbolizada pelo fruto do guaraná. Durante todo o ano fabricam-se artigos de souvenir, camisetas, chaveiros, porta-retratos, telas de pintura, além de trajes indígenas típicos. A produção e comercialização intensificam durante o período da Festa do Guaraná, quando os produtos são expostos em uma feira livre no principal acesso à praia da Ponta da Maresia.

A Folkcomunicação tem por objetivo maior o desenvolvimento regional, a inclusão e transformação social, a compreensão das mensagens populares e a promoção da integração e da paz social (AMPHILO, 2011).

Partindo desses contextos, surge aqui uma nova definição de processo comunicacional: a Folkmarketing que, como o próprio nome indica possui base nas matrizes teóricas da Folkcomunicação e do marketing.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

Lucena Filho (2010) explica que a Folkmarketing é uma medida adotada pelo mercado e por gestores público, em um processo constitutivo, onde se apropriam de expressões simbólicas, neste caso específico uma manifestação popular que é a Festa do Guaraná, com o objetivo mercadológico e institucionais.

Exemplificando na prática, a Folmarketing pode ser identificada na Festa no Guaraná em diferentes frentes. A primeira com a realização da festa realizada pela Prefeitura de Maués, com o aporte financeiro do Governo do Estado do Amazonas. Em segundo, com o apoio primordial da Companhia de Bebidas das Américas – Ambev, principal financiadora do evento e grande responsável pelo seu marketing a nível nacional e internacional.

As organizações buscam através dos seus discursos via ação comunicacional do folkmarketing expressar sua sensibilidade para promover os interesses da região onde estão localizadas, usando as manifestações e os elementos das culturas populares como estratégia comunicativa. Os grupos que habitam uma região têm preocupações que devem ser também aspirações das empresas, numa identificação e promoção do sentimento cultural coletivo. (LUCENA FILHO, 2010, p. 5-6).

Essa “sensibilidade” em promover os interesses conforme cita Lucena Filho (2010) por parte da instituição privada, em Maués pode ser observado também com a atuação da Ambev que mantém na cidade há 46 anos a Fazenda Santa Helena, espaço para pesquisa sobre o cultivo sustentável do Guaraná.

Na fazenda, anualmente, são produzidas uma média de 50 mil mudas de guaraná por ano que são doadas aos produtores locais, que produzem 85% dos frutos utilizados na produção do Guaraná Antártica, principal marca de refrigerante produzido pela companhia⁵.

⁵ Dados citados pelo engenheiro agrônomo Roosevelt Hada Leal da Fazenda Santa Helena em Maés à revista Exame publicado no dia 13 de junho de 2017 em sua página online, disponível pelo link <https://exame.abril.com.br/negocios/o-segredo-do-guarana-antarctica-esta-na-amazonia/>.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação Universidade Federal do Amazonas - UFAM Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018



Figura 4. Entrada da Fazenda Santa Helena em Maués. Foto: Divulgação Site Guaraná Antártica

Dessa forma, é importante apresentar este recorte para o foco da Folkmarketing a fim de que possamos complementar o entendimento do contexto da Folkcomunicação no cenário da Festa do Guaraná, tendo em vista que os atores deste processo sofrem influências diretas dos processos comunicacionais sejam eles massivos, ou não.

5. Considerações Finais

A Festa do Guaraná de Maués como objeto de pesquisa deste estudo revelou-se como um vasto cesto de conteúdo e conhecimento relacionados à Folkcomunicação, desencadeando outras relações referentes ao processo comunicacional, como a Folkmarketing.

Olhar esta manifestação cultural a partir da compreensão do folclore, festa popular e comunicação, nos leva a concluir que o estudo da produção simbólica de um povo, assim como suas manifestações folclóricas e culturais se faz extremamente necessário, pois, a partir desta compreensão e da sua importância para a sociedade alimentam outros cenários, como a própria indústria cultural e organizações governamentais, não governamentais e privadas.

Ao longo desta pesquisa podemos observar que os costumes e tradição de um povo, no caso da população de Maués, podem transformar a imagem de um município, inclusive no sentido da imagem turística desta região.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

Entre as primeiras conclusões que chegamos ao finalizarmos esta pesquisa é entender que a Folkcomunicação traz consigo uma complexidade enquanto ferramenta fundamental para o desenvolvimento de regiões que necessitam do Turismo, que possuem e resguardam a tradição popular e da indústria da criatividade, movimentando, desta forma sua economia.

Foi possível compreender que a Folkcomunicação e a Folkmarketing possuem um papel imprescindível para que, cada vez mais, o município de Maués se consolide como destino turístico, principalmente durante seu período da Festa do Guaraná.

E é neste momento que se salienta a importância fazermos esse recorte para a Folkmarketing, mesmo não estando prevista sua abordagem quando se pensava em discutir a Folkcomunicação como ferramenta para o Turismo Cultural em Maués, durante a Festa do Guaraná. Por sua vez, e como êxito desta pesquisa, é indiscutível desassociar suas reais colaborações, seja por meio da Prefeitura, do Governo, ou ainda da Ambev, para a consolidação da Festa do Guaraná de Maués como um evento de grande porte na região do Baixo Amazonas.

A partir deste estudo sobre a cidade de Maués e ao identificarmos sua rica cultura tradicional, seus costumes e suas belezas naturais, pode-se levar em consideração também a conveniência de expandirmos essa pesquisa, em um momento posterior, para outros objetos de estudos também voltados a Folkcomunicação, como o Carnaval de Maués e o Festival de Verão de Maués, manifestações populares que também agregam valiosas contribuições para o estudo desta teoria da comunicação.

Ratifica-se, a partir deste artigo, que a Folkcomunicação e seus processos comunicacionais devem continuar sendo foco de artigos acadêmicos e que toda contribuição teórica deve ser produtiva para o desenvolvimento cultural, social e econômico de determinada região, lugar ou espaço, valorizando dessa forma a tradição, costumes e crenças de nossos antepassados, permitindo que elas permaneçam vivas, além das ruas, em publicações, periódicos e livros.

Desta forma, podemos concluir que os estudos da comunicação não podem, ou não devem ser desenvolvidos em sentido contrário à cultura popular, ou ainda à cultura das mídias. Assim como, as manifestações populares, o folclore, as crenças religiosas, por



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

mais tradicionais que sejam não devem estar à margem do processo comunicacional. A Festa do Guaraná de Maués sofre influência direta da Folkcomunicação, e esta, por sua vez, é uma ferramenta fundamental para dar visibilidade à cidade contribuindo para o desenvolvimento local por meio do turismo, gerando, conseqüentemente, emprego e renda, alavancando a economia local.

Referências

A Cidade. Maués. **Prefeitura de Municipal de Maués**. Maués. Disponível em : <https://www.maués.am.gov.br/a-cidade/>. Acesso em: 22 dez.2017.

ALMEIDA, J. **Memória dos brasileiros: saberes e fazeres: o guaraná de Maués** / Juliana Almeida. São Paulo: Museu da Pessoa, 2007. 94 P.

AMPHILO, Maria I. Folkcomunicação: Por uma Teoria da Comunicação Cultural. **Metodista de Comunicação Regional**, São Paulo, Ano 15, n 15, p. 193-212 jan/dez. 2011.

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: Conceitos e Definições. In: **Folkcomunicação – a mídia dos excluídos**. Rio de Janeiro: A Secretaria, 2017. 114 p. il. – (Cadernos da Comunicação. Estudos; v. 17. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101409/estudos17.pdf>. Acesso em: 26 dez. 2017.

_____. A comunicação dos marginalizados. In: **Folkcomunicação – a mídia dos excluídos**. Rio de Janeiro: A Secretaria, 2017. 114 p. il. – (Cadernos da Comunicação. Estudos; v. 17. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101409/estudos17.pdf>. Acesso em: 26 dez. 2017.

BENJAMIN, R. E. **Folkcomunicação no Contexto de Massa**. João Pessoa: Editora Universitária, 2000. 150 p.

CAMARGO, H. L. **Fundamentos multidisciplinares do turismo: história**. In: Turismo: como aprender, como ensinar. TRIGO, L. G. G. T. (org.). 2.ed., vol.1. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

CAMMARATA, E. B. **El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio**. Disponível em: <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/edicion/lemos/20cammar.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

CARNEIRO, A.P. **Memórias do Município de Maués**. Manaus: Governo do Estado do Amazonas – Secretaria de Estado de Cultura, 2012. 92 p.



XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação
Universidade Federal do Amazonas - UFAM
Parintins (AM), de 25 a 27 de junho de 2018

CERQUA, A. **Clarão de fé no médio Amazonas**. Manaus: Imprensa Oficial, 1980.

GRANATO, Luisa, O segredo do Guaraná Antarctica está na Amazônia: Como a fabricante Ambev encontrou soluções sustentáveis para a produtividade da sua cadeia de matéria-prima de guaraná na Amazônia. Exame, São Paulo, 13 jun. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/o-segredo-do-guarana-antarctica-esta-na-amazonia/>>. Acesso: 5 jan.2018

LACERDA, Jeanine C. **Folkcomunicação e Turismo: As Cambindas Velhas de Pesqueira – PE e a Atividade Turística de Base Local**. 2010. 106 f. Tese (Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local) – Universidade Federal de Pernambuco.

LUCENA FILHO, S. A. Folkmarketing: uma estratégia comunicacional construtora de discursos. Revista Internacional de Folkcomunicação, v. 01, p. 01-10, 2010.

SOUZA, Marcio Gonçalves Bentes de. Conceito de Folclore e Cultura Popular. In: SEMINÁRIO DE CULTURA POPULAR. Manaus, 1 dez 2017.

TOWNER, J. What is tourism's history? Tourism Management, Vol. 16, Nr. 5, pp-339-343, 1995.