



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

“A Festa do Guaraná”: uma poesia como veículo folkcomunicação¹

Taíssa Maria Tavares GUERREIRO²

Adelson da Costa FERNANDO³

Universidade Federal do Amazonas, Parintins, AM

Resumo

Este trabalho apresenta os resultados de uma análise folkcomunicação da poesia “A Festa do Guaraná”, da autora Taíssa Tavares com coparticipação de Vivian Rodrigues, contida na Revista Igaras: Navegando na Cultura Amazônica. O trabalho traz em seu teor uma análise descritiva sobre os aspectos folkcomunicação presentes nas linhas e entrelinhas dos versos, no intuito de compreender como o jornalista decodifica a vida de povos urbanos marginalizados.

Palavras-chave: Folkcomunicação; Poesia; Festa do Guaraná.

Introdução

A folkcomunicação é uma área que vem ganhando espaço no país e se ampliando no meio acadêmico. Com a obsoleta discussão de que a mídia massiva deixa de lado aqueles que estão aglomerados nas classes tidas como marginalizadas da sociedade, é fundamental se pensar se este campo midiático tem proporcionado oportunidades a essas sociedades, tendo em vista que a folkcomunicação é bastante difundida no âmbito acadêmico atualmente.

Muitos estudos analíticos sobre textos folkcomunicação são realizados no Brasil, tendo como principal embasamento teórico o pioneiro Luiz Beltrão, entretanto, é relevante que se pondere sobre a interação desta com outras interpretações teóricas acerca do tema, uma vez que o campo folkcomunicação é abrangente no que se refere às inserções da comunicação popular nos escritos jornalísticos. Desse modo, é importante

¹ Trabalho apresentado no GT 02 Expressões da Folkcomunicação na Cultura Popular da XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

² Graduanda do Curso de Comunicação Social do ICSEZ-UFAM, email: tayssa.mary15@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da ICSEZ-UFAM, email: sociologoadelson@hotmail.com



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

observar a forma como as informações folkcomunicacionais são inseridas nos veículos de comunicação e o que representam em suas entrelinhas.

Este trabalho tem como objetivo investigar a presença da folkcomunicação na poesia jornalística contida na Revista Igaras, além de descrever os aspectos folkcomunicacionais de decodificação desse texto lírico.

Para sua conclusão foram necessárias pesquisas e embasamento teórico acerca da poesia no âmbito jornalístico, além dos aspectos folkcomunicacionais na cultura popular e a realização de análise descritiva de resultados observatórios acerca da produção e descrição da poesia.

À vista disso, caracteriza-se como relevante investigar os indicativos folkcomunicacionais presentes nos textos jornalísticos, uma vez que estes são importantes plataformas de informação que moldam opiniões acerca da sociedade. Assim, este estudo evidencia-se como significativo por elencar análise descritiva sobre os aspectos folkcomunicacionais presentes na poesia que retrata a manifestação cultural “Festa do Guaraná” realizada na cidade de Maués – contida na Revista Igaras.

A Teoria da Folkcomunicação em Luiz Beltrão

O estudo sobre a cultura popular tem alcançado êxito nas universidades, entretanto, deve-se ressaltar um aspecto importante dessa questão, os procedimentos de comunicação. Dentre as possibilidades de pesquisa nesse âmbito, a folkcomunicação mostra-se como um campo de estudo abrangente e rico para tal exercício, pois leva em consideração cada símbolo, gesto, cor, forma, e, para além, procura investigar de maneira profunda os aspectos comunicacionais dos elementos da cultura popular.

A folkcomunicação foi introduzida pioneiramente por Luiz Beltrão, assim, faz-se necessário discorrer a trajetória do autor no âmbito de pesquisa afim de compreender os momentos e processos em que se deu o estudo sobre esse campo comunicacional.

Em 1963, Luiz Beltrão fundou o Instituto de Ciências da Informação da Universidade Católica de Pernambuco (Icinform), que segundo Teske (2013, p. 674) era “um centro acadêmico de caráter nacional de estudos midiáticos”. Posteriormente, em Recife, criou a revista “Comunicação e Problemas”, editada pelo próprio Icinform. Em



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

1965 o autor publicou na revista o texto denominado “O ex-voto como veículo jornalístico”. Tal publicação abarca a origem da folkcomunicação.

Segundo Abreu (2005) ex-votos são artefatos visuais produzidos no intuito de agradecer uma graça alcançada. Entretanto, em suas pesquisas Beltrão constatou que na prática dos ex-votos há uma transmissão de mensagens codificadas em múltiplos signos (TESKE, 2013). Para ele um dos fatores que impedia a integração comunicacional da massa com a elite era o não reconhecimento de suas culturas.

Devido a instalação do regime militar na época, os estudos do autor sofreram censura, o que não o impediu de prosseguir com a pesquisa que evidenciava a tentativa de domínio cultural, imposto pela elite com a mídia, que a sociedade popular sofria e passou a buscar outros meios para expressar suas concepções, como: “folhetos, volantes, atos de presença, grafitos” (BELTRÃO, 1980 apud TESKE, 2013). Nesse contexto, encontra-se o desenvolvimento da tese de Beltrão, pois existiam aqueles indivíduos que eram excluídos da sociedade, os marginalizados, que estavam à margem do bombardeio midiático proposto pelos padrões culturais vigentes, entretanto, eles elaboravam seus próprios meios de difundir mensagens culturais próprias.

Por conseguinte, em 1967, Luiz Beltrão desenvolveu o conceito teórico em sua tese de doutorado na Universidade de Brasília, denominando-a “Folkcomunicação, um Estudo dos Agentes e dos Meios Populares de Informação de Fatos e Expressão de Ideias”, na qual definiu o termo folkcomunicação. Por meio da folkcomunicação o autor adentrou nos sentidos internos das manifestações culturais, que na época eram apenas chamadas de folclore, buscou compreender as mensagens, decodificando-as em seu fundamento implícito. Nessa perspectiva, Beltrão compreendeu que a expressão da cultura popular vai além de simples comemorações, ritos, festas, cerimônias, encontros de amigos, pagamento de promessas, rezas, santinhos, música, cores, dança, amuletos, jogos, brincadeiras, cantigas de roda etc. Trata-se de uma simbologia pragmática que é repassada por meio de estratégias comunicacionais singulares (GOBBI, 2013). Em consequência, o autor teve seu título de doutorado cassado em plena ditadura militar e somente em 1984 foi reconhecido como pioneiro do ensino de jornalismo no país.



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

Folkcomunicação e interpretações

A folkcomunicação caracteriza-se historicamente como um campo de pesquisa amplo, que envolve interpretações subjetivas em sua maioria. Alguns autores ousaram interpretar a folkcomunicação.

Para o autor da teoria, Luiz Beltrão (2007, p. 40) a folkcomunicação corresponde ao “conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore”. Assim, compreende-se a teoria como o estudo dos processos comunicacionais alternativos das civilizações subalternas.

Em conformidade com Hohlfeldt (2013, p. 877) a folkcomunicação é:

o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se sociabilizam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos.

Já para Maciel *et al* (2011, p. 11) a folkcomunicação “pode ser entendida como uma forma de mídia alternativa, que dialoga com a mídia hegemônica [...]”. Dessa forma, a folkcomunicação é também uma mídia com potencial comunicativo para expressar opiniões diversas, que também pode vincular-se aos veículos de comunicação dominantes.

O Agente Folkcomunicacional ou Ativista Midiático

Dentro dos processos comunicacionais é necessário mencionar a questão da troca de informações que é importante para difundir concepções e promover o intercâmbio cultural. Assim, a figura do agente folkcomunicacional é fundamental no campo da folkcomunicação.

De acordo com Beltrão (1980 apud Teske, 2013) o agente folk caracterizava-se como um indivíduo que realizava a interpretação e socialização das mensagens midiáticas da época. Assim, os líderes agentes-comunicadores de folk:

aparentemente, nem sempre são ‘autoridades’ reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenhavam.



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

Com a entrada dos meios comunicacionais nas diferentes regiões o conceito de agente folkcomunicação, introduzido por Beltrão, foi modificado pelo posterior estudioso Osvaldo Trigueiro. Segundo Trigueiro (2008 apud Teske 2013), nesse cenário de ampliação da comunicação massiva para as áreas diversas da sociedade, atualizou-se o conceito do agente folkcomunicação, agora denominado ativista midiático. Este:

é aquele sertanista no sentido de desbravador de novas idéias que tem domínio de diversos conhecimentos; é sagaz, astuto; e vem como quem não quer nada, mas termina conseguindo quase tudo, assim um pouco de “João Grilo” ou de um “Pedro Malasartes”. Esses protagonistas, de vez em quando, estão nos programas dos *Ratinhos*, *Gugus*, *Faustões*, *Cidades Alertas* e *Brasis Urgentes*, reclamando, solicitando apoio ou recolocando o seu produto cultural na mídia.

O ativista midiático é, então, o representante do seu grupo social ou participante que indica pautas para a mídia com temas na área cultural e econômica, utilizando meios diversos no intuito de adentrá-los no sistema de comunicação massivo.

Os Grupos Marginalizados da Sociedade

Cada sociedade possui seu grupo marginalizado. Entende-se como grupos marginalizados os homens do campo isolados que não se encontram sob centros hegemônicos, os quais evidenciam suas maneiras de comunicação por meio do folclore, da manifestação cultural singular. Conforme Beltrão (2007, p. 40) estes podem ser divididos em três repartições:

1. os grupos rurais marginalizados, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
2. os grupos urbanos marginalizados, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
3. os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou a estrutura social vigente.

Para fins dessa análise, entramos em conformidade com os conceitos elencados, pois compreendemos que cada ponderação representa um avanço no arcabouço teórico



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

da folkcomunicação. Por conseguinte, aplicaremos os conceitos teóricos na análise da obra, evidenciando sua formação folkcomunicacional dentro da Revista Igaras.

Revista Igaras: “navegando na cultura amazônica”

A produção científica tem ganhado espaço na academia universitária com relevantes trabalhos sobre a cultura popular em seus mais variados aspectos folkcomunicacionais. Outrossim, a Universidade Federal do Amazonas – campus Parintins anualmente apresenta produções acadêmicas para concorrer em congressos de comunicação.

Dentre muitos produtos, a revista “Igaras” ganha espaço por retratar a cultura amazônica de forma dinâmica. Produzida por alunos do terceiro período de Comunicação Social/Jornalismo, a revista aborda as manifestações culturais de cinco municípios da microrregião de Parintins: Maués, Boa Vista do Ramos, Barreirinha, Parintins e Nhamundá. Apropriando-se das novas formas de se fazer jornalismo, o produto promove o desenvolvimento intelectual do público em geral acerca da cultura amazônica.

Segundo Cruz, Menezes e Pinto (2008, p.2), manifestações culturais são “traços de um conjunto etnográfico da história e da cultura de todos os povos, em todos os níveis e classes sociais”. Como visto em Beltrão, essas manifestações vão além de simples expressões, elas difundem informações e significados de um povo. De tal modo, é imprescindível obter conhecimento sobre diversas culturas, uma vez que contêm elementos folkcomunicacionais, como as manifestações culturais abordadas pela revista Igaras.

Dentro da estrutura folkcomunicacional, a Igaras representa a própria resistência histórico-cultural da identidade de povos ricos em diversidade cultural, uma vez que traz em seu conteúdo as formas de viver, concepções, crenças e a história de indivíduos aglomerados em prol de suas culturas que perduram gerações.

Dividida em editorias correspondentes a cada cidade, a revista retrata as manifestações culturais na percepção do repórter. Estas por sua vez foram redigidas em formatos textuais dos gêneros jornalísticos escolhidos. Assim, a editoria Maués contém uma poesia sobre a “Festa do Guaraná” e uma charge sobre “A Festa do Divino Espírito



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

Santo”; A seção Boa Vista Ramos traz uma entrevista pingue-pongue com Osmar Cascaes, o criador dos bois-bumbá da cidade e uma reportagem sobre a “Festa de Nossa Senhora Aparecida”; O segmento Barreirinha contém a reportagem especial sobre “O Festival Folclórico dos Bumbás de Barreirinha” e uma crônica sobre a “Festa Nossa Senhora do Bom Socorro”; A editoria Parintins traz um comentário sobre a “Festa de Nossa Senhora do Carmo”, um perfil do Mestre Jair Mendes – artista revolucionário do Festival de Parintins –, uma reportagem sobre “Umbanda” e um ensaio fotográfico sobre o artesanato indígena; A seção Nhamundá contém uma poesia sobre a “Festa de Nossa Senhora de Assunção” e um ensaio fotográfico sobre a “Festa da Pesca ao Tucunaré”.

De forma dinâmica e adaptada, a revista Igaras traz um conjunto de estratégias comunicacionais, tanto em imagem e design quanto em textos. Dos muitos formatos presentes em seu interior, a poesia se caracteriza como um texto peculiar que contém aspectos importantes a serem explorados no estudo folkcomunicacional.

“A Festa do Guaraná”: uma poesia como veículo folkcomunicacional

Para fins de estudo neste trabalho, a poesia sobre a Festa do Guaraná – contida na revista Igaras – mostrou-se relevante por conter aspectos folkcomunicacionais mesclados na delicadeza e sensibilidade estrutural do texto. Dessa forma, entendemos que o jornalista é quem introduz as informações decodificando de forma clara e simplificada o que lhe foi repassado.

A poesia ou texto lírico é um escrito que retrata a realidade ou também a imaginação de um autor de forma dinâmica e com sensibilidade, além de trazer a rima nos fragmentos do texto. Nos textos jornalísticos, a poesia é uma maneira de entreter o público, seja em matérias produzidas ou como um conteúdo sintético e analítico, pois deixa o texto romântico e de fácil compreensão. (DIB, 2012)

Conforme visto em Dib (2012, p. 17) “tanto na literatura como no jornalismo a poesia se refaz, se distingue de outras técnicas e transforma o texto em um ambiente para o leitor, mais do que qualquer outra matéria de um jornal”, assim, entendemos que nas entrelinhas de uma poesia existem técnicas e estratégias utilizadas pelo jornalista para levar mais que uma simples informação sobre um determinado assunto.



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

À vista disso, na Revista Igaras – especificamente na editoria Maués – os autores atentaram em repassar informações sobre as manifestações e demonstrar, como um próprio Mauesense, as características marcantes dessa terra que se mesclam em suas festas, realizando assim uma verdadeira descrição desses povos.

Assim, a poesia denominada “A Festa do Guaraná”, escrita por Taíssa Tavares com coparticipação de Vivian Rodrigues, é o objeto desta análise onde seus aspectos folkcomunicacionais são evidenciados e embasados na teoria de autores da folkcomunicação.

“A Festa do guaraná”: uma análise folkcomunicativa

A análise é dividida conforme os trechos do texto, como podemos ver a seguir:

A Festa do Guaraná

I

Viva a Terra dos Sateré-Mawé que se destaca na cultura,

Seja em outubro ou novembro, um grande evento se efetua.

Prosperando a produção do fruto e desenvolvendo a economia

A Festa do Guaraná realiza-se anualmente na Praia da Ponta da Maresia.

Conforme visto em FILHO (2012, p. 14) “a festa é um acontecimento social, histórico, cultural e político. Ela constitui período e espaço de celebração, de comunhão, de trocas com o mundo vivido”. Neste trecho, podemos observar a caracterização da cidade de Maués como a Terra dos nativos indígenas Sateré-Mawé – os pioneiros do cultivo do guaraná –, além de trazer a exaltação do fruto que é o ponto forte da economia local, e, ainda, revelar o tempo e o espaço situacional da manifestação. Para FILHO (2012, p. 16) “o tempo, ligado ao período do ritual festivo, e o espaço, importante para a descrição dessa atividade, são o terreno onde a festividade promove uma maior intensidade de trocas e saberes entre os atores sociais”. Dessa forma, entende-se que a Festa do Guaraná possui um planejamento que visa a exaltação do produto guaraná, bem como da cidade, uma vez que a festa é realizada na praia tida como ponto turístico relevante de Maués, localizada na entrada do município.



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

II

Linda festa que encanta, linda festa tradicional

Desde 1978 tem visibilidade o Guaranazal.

Atraindo investimentos e produzindo empregos

Desenvolveu minha Maués com o guaraná em manejo.

Neste fragmento, percebemos que a própria manifestação cultural é um espaço folkcomunicacional ativo, pois em sua estrutura trabalha com o desenvolvimento local na medida em que atrai investimentos de empresas de grande potencial como a Ambev (Companhia de Bebidas das Américas) – produtora do Guaraná Antarctica –, que resulta no acréscimo econômico, pois, promove a valorização dos indivíduos que cultivam o guaraná, além de movimentar o centro comercial da cidade com o ingresso de turistas que apreciam a festa e trocam experiências culturais com os demais participantes.

III

Com exposição de artesanato e apresentação da lenda

Shows musicais abrilhantam e completam essa festa estupenda.

A mauensesense me prende a atenção com sua beleza encantadora

No concurso da Rainha do Guaraná, que elege a mais bela moça.

Segundo Beltrão (1965 apud Melo, 2014) “não é somente pelos meios ortodoxos que a massa se comunica e que a opinião pública se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é sem dúvida o folclore”. À vista disso, nesse trecho percebemos a presença intensa dos meios comunicacionais alternativos desses povos que estão à margem da cultura midiática. Estes fazem uso de outros veículos emissores de opinião ou de expressão de concepções como: artesanato, shows musicais, dança, teatro e desfile, que utilizam uma linguagem simplificada e popular para proporcionar a troca de informações principalmente entre as classes subalternas.

Segundo FILHO (2012, p. 16) o evento festivo é:

identificado com objetos, decorações, espetáculos, comidas, danças, fogos, músicas, mas também com a memória. A memória da festa é uma referência



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

para a fixação de conhecimentos de caráter histórico, geográfico, político, cultural e sentimental que ali são socializados, experimentados, fruídos e visibilizados.

De tal modo, através de apresentações artísticas realizadas no decorrer da festa, podemos afirmar que se caracteriza a resistência histórico-cultural dessas tradições que são resultado de gerações miscigenadas.

IV

*Diversas atrações nacionais já me fizeram curtir o espetáculo
Como RPM, Claudia Leite, Gustavo Lima e a inesquecível Elba Ramalho
Ainda... Belchior, Falamansa, Netinho, Biquíni Cavado,
Capital Inicial, Alceu Valença, Banda Calypso e Wesley Safadão.*

Aqui é evidenciada a estratégia de notoriedade do evento, pois ao elencar à festa atrações nacionais que fazem parte da visibilidade midiática, o evento adota proporções elevadas, uma vez que, atrai turistas pela riqueza cultural da terra e impulsiona a massa popular através do reconhecimento nacional de artistas renomados na música brasileira em seus diferentes ritmos. Assim, concretiza-se outra estratégia para obtenção de reconhecimento cultural: a visibilidade da festa por meio de artistas famosos, que, conseqüentemente, acarretam atenção da mídia.

V

*Oh minha terra, de ti não quero afastar-me
És doce lar de minha família e cidade admirável.
Maués de encantos, Maués do guaraná,
Longe de ti não fico, pois minha vida é te amar.*

Neste segmento, as autoras evidenciam o relato do Mauesense sobre a vivência na Terra do Guaraná, Maués, trazendo aspectos sentimentais que uma poesia lírica carrega em sua estrutura.

Em conformidade com os arcabouços teóricos mencionados no corpo do texto, compreendemos que a figura do jornalista se caracteriza neste produto como o agente folkcomunicacional do processo, pois este decodifica as expressões e modos de vida de



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

um grupo marginalizado urbano – Mauesenses – que não possui espaço na mídia massiva para explicar concepções próprias.

Assim, na Revista Igaras, as autoras da poesia concedem voz aos indivíduos para expressarem o amor pela terra na qual habitam e pela festa da qual participam. O texto foi redigido em primeira pessoa para caracterizar a narração sentimental das fontes, do modo que lhe fora apresentado. Contudo, decodificou-se em linguagem clara e objetiva, com o toque lírico da poesia, a vida de povos ricos em cultura, o que marca a presença da folkcomunicação no processo jornalístico.

Considerações finais

A poesia concretiza-se, assim, como um veículo de comunicação folkcomunicacional que explana a cultura e a vida de povos marginalizados midiaticamente, ou seja, que não estão presentes na mídia massiva para retratar sua cultura e expressões tradicionais. Deste modo, na obra estudada compreendemos que as autoras se revestiram como um habitante da cidade de Maués e participante da festa para relatar de maneira romântica, e em conformidade com a apuração da pauta, a “Festa do Guaraná” em seus efeitos sociais, econômicos e culturais. De tal modo, caracteriza-se assim a decodificação folkcomunicacional dessa manifestação cultural no veículo Revista Igaras.



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

REFERÊNCIAS

ABREU, Jean Luiz Neves. **Difusão, produção e consumo das imagens visuais: o caso dos ex-votos mineiros do século XVIII**, 2005. Disponível em:

<www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-01882005000100010>.

Acesso em: 14 de maio de 2018.

BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: conceitos e definições. In: Secretaria Especial de Comunicação Social. **Folkcomunicação: A Mídia Dos Excluídos**. Rio de Janeiro: A secretaria, 2007.

CRUZ, Mércia; MENEZES, Juliana; PINTO, Odilon. **Festas Culturais: Tradição, comidas e celebrações**, 2008. Disponível em:

<www.uesc.br/icer/artigos/festasculturais_mercia.pdf>. Acesso: 24 de maio de 2018

DIB, Kallil. **Jornalismo Literário: a poesia nos textos jornalísticos**, 2012. Disponível em:<cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0911220021.pdf&ved=2ahUKEwip3rOd8qbbAhUDC6wKHfTdB8AQFjAAegQIBhAB&usg=AOvVaw3yWcb7_Sd_iECLtDQUocB>. Acesso em: 27 de maio de 2018.

FILHO, Severino Alves de Lucena. **Festa Junina em Portugal: marcas culturais no contexto de folkmarketing**. João Pessoa: Editoria da UFPB, 2012.

GOBBI, Maria Cristina. Gênese da Folkcomunicação. In: MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira. **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

HOHLFELDT, Antonio. Novas Tendências nas Pesquisas da Folkcomunicação: Pesquisas Acadêmicas se Aproximam dos Estudos Culturais. In: MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira. **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

MACIEL, Betania *et al.* **Folkcomunicação e Desenvolvimento Regional: Perspectivas de Um Novo Campo do Saber**, 2011. Disponível em:

<www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1252-1.pdf>. Acesso em: 13 de maio de 2018.

MELO, José Marques de. **Rebeldia Folkcomunicacional**. Revista IMPRENSA, Dezembro 2014.

TESKE, Wolfgang. Teorias da Folkcomunicação: da origem aos processos folkmediáticos. In: MELO, José Marques de; FERNANDES, Guilherme Moreira. **Metamorfose da Folkcomunicação: antologia brasileira**. São Paulo: Editae Cultural, 2013.