

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

VIEIRA, Ivânia Maria Carneiro²
FIGUEIREDO, Mônica Cybelle Ferreira de³

Resumo

Este artigo trata a Folkcomunicação como uma das ferramentas para disseminação do turismo no município de Maués, no Amazonas, a partir de sua relação com a Festa do Guaraná. Para isso, apresentamos um relato histórico sobre Maués, seu principal produto agrícola produzido na região, o Guaraná, e as lendas e mitos que o cercam, povoam o imaginário popular e alimentam uma das principais festas populares do Estado: a Festa do Guaraná de Maués. Os conceitos de Folkcomunicação e Turismo são aqui manejados para compreensão do processo folkcomunicação em diálogo com os ecossistemas comunicacionais. O percurso metodológico está alicerçado em estratégias que envolvam a 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 potencial ferramenta 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; Amazônia.

1. Introdução

Nas curvas de um grande rio de águas calmas e negras, uma lenda, por décadas, povoa o imaginário de povos amazônicos. A história de uma vida ceifada de qual brotou um fruto capaz de gerar, mover e sustentar inúmeras famílias, de garantir milhares de vidas. Dos grandes e escuros olhos de um curumim⁴ engerados⁵ em frutos apanhados pelas mãos de nossos ancestrais, histórias ganham formas, energia e sabores até os dias atuais. Da riqueza de suas lendas à força da bebida do Guaraná, chegamos a Maués⁶, município localizado no Amazonas, distante a 267 quilômetros da capital Manaus, onde a crença popular caminha junto com o desenvolvimento social.

Localizada no baixo Amazonas, a “Terra do Guaraná”, como popularmente é chamada a cidade de Maués, traz em suas raízes históricas um misto de cultura, crença, mistérios e

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

² Orientadora. Professora Doutora no Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) na Universidade Federal do Amazonas (Ufam) Manaus. Amazonas. Brasil. Email: ivaniavieira4@gmail.com.

³ Jornalista Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM) na Universidade Federal do Amazonas (Ufam) Manaus. Amazonas. Brasil. Email: monicacybelle@gmail.com.

⁴ Do Tupi Kuru'mi que significa garoto, menino pequeno.

⁵ Pensamento que supõe o caráter transformacional dos seres do universo caboclo (WAWZYNIAK, 2003).

⁶ De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade de Maués possui 62.212 mil habitantes segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2017. 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 (PREFEITURA DE MAUÉS, 2017).

desejos associados às suas belezas naturais. Neste artigo, a partir de uma visão ecossistêmica analisaremos a contribuição da Folkcomunicação como alternativa para o desenvolvimento local a partir da Festa do Guaraná de Maués, principal evento cultural promovido na cidade.

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.

Conseqüentemente, 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).

A história de Maués tem início com os índios Mundurucu (do tronco Tupi formiga vermelha) e Mawé (do Tupi papagaio inteligente e curioso) que viviam em constante conflito devido as suas diferenças culturais e a disputa da posse de terras da região conhecida como Mundurucânia (do Tupi terra dos formigas vermelhas), em meados do século XVIII. As duas tribos viviam da agricultura, principalmente do guaraná e da mandioca. Foi neste ambiente de conflitos que nasceu o povoado de Lúsea, posteriormente elevada a categoria de Vila de Lúsea, em 25 de junho de 1833, data que marca a criação da cidade.

Maués traz em sua história de criação mitos e lendas relacionadas ao “guaraná”, fruto que é cultivo primário dos agricultores da região. O município também é conhecido por suas belezas naturais que encanta, à primeira vista, o visitante que chega a cidade.

Só há duas formas de se chegar à Terra do Guaraná: em aviões de pequeno porte que pousam em uma pista do modesto aeroporto da cidade e por meio fluvial, o mais usado. Atualmente, não há linha de voos diários para a cidade, apenas programados e fretados. Aeronaves partem do aeroporto de Manaus ou do aeroclube, localizado na Zona Centro-Sul da cidade, com duração de uma hora.



Figura 1. Aeroporto localizado na zona urbana de Maués (Foto: Divulgação/Prefeitura)

Seja qual for o meio que o visitante opte em chegar à cidade será recepcionado por belas praias, uma vez que Maués é emoldurada pelo rio Maués-Açu (Açu do Tupi que significa grande) que proporciona uma área de balneabilidade de cerca de 2.400 metros, em frente à sede do município.

Na opção mais econômica⁷, nos barcos regionais que levam aproximadamente 15 horas de viagem saindo de Manaus, é possível contemplar as belezas naturais ao avistar a cidade banhada por um rio de águas, que, coincidentemente, remetem a cor do refrigerante de guaraná. A mais popular das praias, a Ponta da Maresia, que se torna mais atraente no período da seca do rio (entre novembro e fevereiro), revela suas silhuetas um paraíso guardado em Maués.

⁷O valor das passagens dos barcos regionais com destino a Maués custam, em média, R\$ 100. No período da Festa do Guaraná, até R\$ 200.



Figura 2. Ponta da Maresia no período da seca do rio principal praia de Maués. (Foto: Aldemir Bentes)

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. Registros históricos revelam que a festa que celebra a colheita do guaraná foi criada pelo menos 15 anos antes da data oficial.

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 celebração da colheita da safra do guaraná, fruto cultivado pelos indígenas desde os primórdios na região de Maués (CARNEIRO,2012) é o grande motivo da realização da Festa do Guaraná que, 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 criado pela própria população a partir de líderes comunitários até sua consolidação como uma das maiores festas folclóricas do interior do Amazonas, nos remete aos estudos da Folkcomunicação, a primeira Teoria da Comunicação genuinamente brasileira.

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 destaca 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.

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”. Compreendemos aqui por “massa” a convivência de grandes grupos de indivíduos em um mesmo contexto social.

O vínculo existente entre o folclore e a comunicação popular, para o autor, não poderia ser ignorado pela imprensa midiática, principalmente quando associado ao fato de o Brasil ser um país rico em diversidade cultural. 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.

Márcio Souza⁸ estabelece a diferença entre “Folclore” e “Cultura Popular”. 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 passa 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” engloba as manifestações apropriadas, ou seja, com origens em determinado local e imigradas para outros, onde são recriadas. 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 Popular⁹ promovido no dia 1º de dezembro de 2017 pelo Conselho Municipal de Cultura de Manaus (Concultura).

Estudar a relação entre o folclore, a cultura popular e a comunicação é uma das principais propostas deste artigo que traz o questionamento: a Folkcomunicação, a partir da Festa do Guaraná, pode contribuir para o desenvolvimento local da cidade de Maués? Para isso, 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.

⁸ 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).

⁹ 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 Celdo Braga, a coordenadora de cultura popular, Ednelza Sahdo, entre outros gestores, pesquisadores e especialistas no assunto.

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

O município de Maués é um dos principais produtores de Guaraná, do tupi “waraná” que significa “olhos de gente”. A origem do fruto é concebida por lendas que povoam o imaginário amazônico. Almeida (2007) relata a lenda *versus* o mito em torno da 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 desejava ser pais. Ao pedir a Tupã (Deus) o casal foi agraciado 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 na terra da aldeia, nela nasceu uma planta com um fruto semelhante aos olhos do jovem índio.



Figura 3. Fruto do Guaraná em Maués. (Foto: Fernando Cavalcanti/Ambev).

Outra lenda apresenta o enredo a seguir: 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 abraçado clamou a Tupã (Deus). Este teria enviando um raio sobre o casal. Todos então acharam que eles teriam morrido, entretanto foram levados ao céu por Tupã e na terra, onde o raio tocou, brotou uma árvore cujo fruto lembrava os olhos cheios de paixão e energia de Cereçaporanga, o guaraná, popularmente conhecido por sua 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 4. 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 (a exceção é do ano de 2017 quando a festa ocorreu no primeiro fim de semana do mês de dezembro devido as agendas de shows dos artistas nacionais convidados à se apresentarem no evento). 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 empresariado. Porém, quinze anos antes já eram realizados os desfiles das Rainhas do Guaraná e um baile no Clube Guaranópolis (CARNEIRO, 2012).

Mesmo com 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 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 5. Encenação de ritual na Festa do Guaraná. (Foto: Fernando Cavalcanti/Ambev)

Em 2017, a 38ª edição da Festa do Guaraná de Maués, reuniu mais de 50 mil pessoas da Praia da Ponta da Maresia, de acordo com dados da Prefeitura da cidade 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 dialoga com teorias gerais do Turismo, Marketing e Comunicação 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 complexidade enquanto estudo de produção e expressões culturais de um povo.

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.

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).

Lacerda 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).

Na perspectiva de desenvolver a atividade turística a partir de uma manifestação cultural, esse processo comunicacional em níveis de compreensão 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.

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).

Na leitura de 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.

Como aponta Benjamim (2000) 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, a fim 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 são fabricados *souvenir*, camisetas, chaveiros, porta-retratos, telas de pintura, e trajes indígenas típicos. A produção e comercialização desses itens são intensificadas no período da Festa do Guaraná, quando os produtos garantem mais espaços públicos por meio de exposições em uma feira livre no principal acesso à praia da Ponta da Maresia.

A Folkcomunicação tem por objetivo contribuir para 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: o Folkmarketing que, como o próprio nome indica possui base nas matrizes teóricas da Folkcomunicação e do marketing.

Lucena Filho (2010) explica que o 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, o 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”, no sentido de despertar interesse por parte das organizações, de promoção, conforme cita Lucena Filho (2010) por parte da instituição privada, em Maués, pode ser observada na atuação da Ambev que mantém na cidade, há 46 anos, a Fazenda Santa Helena, como espaço para pesquisa sobre o cultivo sustentável do Guaraná.

Na fazenda são produzidas uma média de 50 mil mudas de guaraná por ano, que são doadas aos produtores locais, que, por sua vez, respondem pela produção de 85% dos frutos utilizados na produção do Guaraná Antártica, principal marca de refrigerante produzido pela companhia¹⁰.



Figura 6. Entrada da Fazenda Santa Helena em Maués. Foto: Divulgação Site Guaraná Antártica

¹⁰ Dados citados pelo engenheiro agrônomo Roosevelt Hada Leal da Fazenda Santa Helena em Maués 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/>.

O recorte para o foco do Folkmarketing permite complementar o entendimento do contexto da Folkcomunicação no cenário da Festa do Guaraná, tendo em vista que os atores desse 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 o 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.

Entre as primeiras conclusões que chegamos nesta pesquisa está a de entender que a Folkcomunicação traz consigo uma complexidade enquanto ferramenta valiosa 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.

A Folkcomunicação e o Folkmarketing possuem um potencial para alavancar produtos e serviços no município de Maués, para que, cada vez mais, se consolide como destino turístico, principalmente durante seu período da Festa do Guaraná.

E é neste momento que o realce à importância de recorte para o manuseio da Folkmarketing durante a Festa do Guaraná, mesmo não estando prevista a sua abordagem quando se pensava em discutir a Folkcomunicação como ferramenta ao Turismo Cultural em Maués, durante a Festa do Guaraná. Por sua vez, um outro terreno se apresenta a estudos futuros, trata-se de conhecer e problematizar as formas de colaboração, 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 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.

A Folkcomunicação e seus processos comunicacionais se apresentam como espaços privilegiados à pesquisa acadêmica e preocupada com produções de outras narrativas, reforça a literatura nascida a partir de contos e fenômenos amazônicos intrincados com a ideia de 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.

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.

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.