

## **Comunicação Mercadológica no “Festival del Bambuco en San Juan y San Pedro”**

---

### **Marketing Communication at the "Bambuco Festival in San Juan and San Pedro"**

### **Comunicación de Mercadeo en el "Festival del Bambuco en San Juan y San Pedro"**

Ana Paula Almeida Miranda<sup>1</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Brasil

[paulamiranda.comunicacao@gmail.com](mailto:paulamiranda.comunicacao@gmail.com)

Beatriz Corrêa Pires Dornelles<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Brasil

[biacpd@pucrs.br](mailto:biacpd@pucrs.br)

**Abstract:** This study investigates commercial advantages in organizations that adapt their identity to local culture in folk festivals in Amazonian countries, focusing on the Festival del Bambuco en San Juan y San Pedro, Colombia. Based on the theories of Martín-Barbero (1997), García Canclini (1995) and Lindstrom (2016), it examines the assimilation of cultural symbols in the event. The aim is to contribute to the understanding of consumption based on cultural heritages. It is a case study with product analysis and interviews, applying emotional intelligence (Goleman, 2019) to understand consumers. Supported by Luiz Beltrão (2014), as cited in Gushiken (2011), José Marques de Melo (2008), and others, linked to the theory of Folk Communication.

#### **Keywords:**

Folkcommunication, Marketing Communication, Emotional Intelligence at work,  
International Amazon

---

<sup>1</sup>Ana Paula Almeida Miranda, membro sócia da REDE FOLKCOM. vice-coordenadora do Grupo de Pesquisa - GP Pensamento Comunicacional e Cultural Latino-Americano da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Jornalista e Publicitária. Mestre em Comunicação (Universidade Católica de Brasília - UCB). Doutoranda em Comunicação - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Escola de Comunicação, Artes e Design – FAMECOS. Endereço: Av. Ipiranga, 6681 - Partenon, Porto Alegre - RS, 90619-900, Brasil. E-mail: [paulamiranda.comunicacao@gmail.com](mailto:paulamiranda.comunicacao@gmail.com) ORCID 0000-0002-0302-1304. Bolsista Projeto de Pesquisa (Chamada CNPq Nº 26/2021) “O trabalho do Jornalista na Amazônia Internacional: estudo da Comunicação em arranjos alternativos para o desenvolvimento regional e ambiental”.

<sup>2</sup>Orientadora: Beatriz Corrêa Pires Dornelles [biacpd@pucrs.br](mailto:biacpd@pucrs.br) Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre – Brasil. Rede Folkcomunicação– Brasil.

**Resumo:** Este estudo investiga vantagens comerciais em organizações que adaptam sua identidade à cultura local em festivais folclóricos em países amazônicos, focando no Festival del Bambuco en San Juan y San Pedro, Colômbia. Baseado nas teorias de Martín-Barbero (1997), García Canclini (1995) e Lindstrom (2016), examina a assimilação de símbolos culturais no evento. O objetivo é contribuir para a compreensão do consumo baseado em heranças culturais. Trata-se de um estudo de caso com análise de produtos e entrevistas, aplicando inteligência emocional (Goleman, 2019) para entender os consumidores. Sustentado por Luiz Beltrão (2014), como citado em Gushiken (2011), José Marques de Melo (2008), e outros, vinculados à teoria da Folkcomunicação.

**Palavras-chaves:**

Folkcomunicação, Comunicação Mercadológica, Inteligência Emocional no trabalho, Amazônia Internacional

**Resumen:** Este estudio investiga las ventajas comerciales de las organizaciones que adaptan su identidad a la cultura local en festivales folclóricos de países amazónicos, centrándose en el Festival del Bambuco en San Juan y San Pedro, Colombia. Basándose en las teorías de Martín-Barbero (1997), García Canclini (1995) y Lindstrom (2016), examina la asimilación de símbolos culturales en el evento. El objetivo es contribuir a la comprensión del consumo basado en herencias culturales. Se trata de un estudio de caso con análisis de productos y entrevistas, aplicando la inteligencia emocional (Goleman, 2019) para comprender a los consumidores. Apoyado en Luiz Beltrão (2014), según citado em Gushiken (2011), José Marques de Melo (2008) y otros, vinculados a la teoría de la Folkcomunicación.

**Palabras clave:**

Folkcomunicación; Comunicación de Marketing; Inteligencia Emocional en el trabajo; Amazonía Internacional

## 1. Introdução

Este estudo se concentra em escrutinar como o aporte empresarial em festivais folclóricos em países amazônicos pode impulsionar a economia local e regional. Esta análise avalia a história do *Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra*

*Internacional del Folclor*<sup>3</sup>, que se realiza anualmente em Neiva, capital do estado de Huila, na Colômbia, sua evolução ao longo do tempo e seu atual significado no contexto do crescimento socioeconômico e cultural na região.

O objetivo principal é entender como o aporte em festivais locais, especialmente em países de contexto amazônico, pode contribuir para o crescimento econômico e o fomento cultural, outorgando um papel fundamental às empresas como apoiadoras dessas manifestações. Para tanto, foi realizado levantamento histórico, documental, entrevistas e análise empírica de como a cultura local e a comunicação podem interagir para potencializar esse crescimento.

Além disso, investiga-se como a preservação e promoção da cultura local podem ser um instrumento eficaz para o desenvolvimento econômico, gerando um impacto positivo no país como um todo. Da mesma forma, explora-se como o aporte empresarial pode garantir a sustentabilidade dessas manifestações culturais, enquanto contribui para o desenvolvimento econômico, ao mesmo tempo que obtém vantagens (venda e/ou posicionamento de mercado) comerciais.

Busca-se, em última instância, demonstrar como o investimento na cultura pode se traduzir em um benefício econômico, criando um círculo virtuoso de desenvolvimento e preservação cultural. A hipótese é apresentada a partir de um enfoque peculiar: as estratégias de comunicação mercadológica utilizadas pelas marcas na cidade de Neiva, na Colômbia, durante o período de realização do festival, determinam o consumo de produtos, bens e serviços.

O estudo que ainda se encontra em fase de análise, deve ser apresentado em quatro etapas. A primeira conta com uma análise detalhada do Festival do Bambuco em São João e São Pedro, proporcionando um passeio teórico por sua história, evolução cultural e a significância de suas manifestações. Apresentando a transformação do ritmo musical do Bambuco em relação ao festejo e como o aporte empresarial neste evento não apenas reforça as tradições e a identidade cultural local, como também dinamiza a economia através do turismo e do comércio. Destacando as atividades oficiais que ocorrem durante o período de

---

<sup>3</sup>No âmbito deste estudo, o *Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional del Folclor*, também pode ser referido como *Festival del Bambuco em San Juan y San Pedro*, que é como é comercialmente conhecido na Colômbia. Ambos os nomes são usados para se referir ao mesmo festival, que é uma celebração importante da cultura folclórica na região andina, ao sul daquele país. A utilização do termo alternativo permite uma compreensão mais ampla e abrangente do evento, incluindo tanto o seu caráter folclórico quanto a referência aos santos padroeiros, São João e São Pedro. Em português, Festival do Bambuco em São João e São Pedro.

realização do *Festival del Bambuco em San Juan y San Pedro*, despontando como essas atividades conservam a essência de pertencer a uma comunidade mais ampla.

Em um segundo momento, apresentamos as oportunidades e desafios de interseção das tradições na comunicação mercadológica no Festival. Nesta etapa faremos uma análise a partir das conjecturas da teoria da Folkcomunicação de como a cultura popular ajuda a manter viva a identidade cultural local e a transmitir valores e conhecimentos ancestrais entre as gerações. Discutimos como os meios de comunicação local e outros canais divulgam e promovem o evento, influenciando a percepção e valorização da cultura popular pelo público. Nesta seção, também exploramos o impacto do consumo de produtos e serviços que valorizam a herança cultural local e/ou regional na economia e no desenvolvimento da região.

Em um terceiro momento corroboramos a importância de integrar os símbolos culturais nas estratégias de *marketing* e produção das empresas. Além disso, nesta etapa discutimos como o artesanato, mais do que uma manifestação da cultura local, o turismo e o comércio fomentam oportunidades de geração de emprego e renda na região. E por fim, examinamos como o *Festival del Bambuco, en San Juan y San Pedro*, pode contribuir para uma distribuição mais equitativa da riqueza cultural colombiana de forma a melhorar a qualidade de vida, especialmente, dos moradores da região Andina e Amazônica, daquele país.

## **2. Festivais Folclóricos Caracterização e Evolução: Caso do *Festival del Bambuco em San Juan y San Pedro***

Os festivais folclóricos em países amazônicos representam uma manifestação cultural que não só fortalece a identidade de uma comunidade como também a conecta mais profundamente com suas tradições. Durante o período de realização do *Festival del Bambuco en San Juan y San Pedro*, em 2023, apurou-se que as organizações que decidem se vincular a esses eventos festivos podem obter vantagens comerciais significativas (Urdaneta, 2001).

De acordo com Devesa et al. (2012), os festivais folclóricos são um dos mais significativos representantes do patrimônio cultural e experimentaram uma evolução dinâmica no atual panorama cultural. Sua presença aumentou consideravelmente nos últimos anos, com vários eventos artísticos ocorrendo em diferentes cidades ao redor do mundo.

Atualmente, os festivais folclóricos não apenas desempenham sua função tradicional de apresentar, promover e preservar a cultura de uma sociedade, mas também se destacam por sua capacidade de gerar riqueza nas cidades anfitriãs, contribuir para a diversificação do produto turístico e melhorar a imagem do local. Com um componente cultural, econômico e

turístico, os festivais experimentaram uma notável expansão nos últimos anos, atraindo cada vez mais a atenção da comunidade científica.

A relação entre os festivais folclóricos e o local de sua celebração é crucial. Por um lado, são condicionados pelo território, sua história e suas comunidades. Por outro lado, geram repercussões e impactos nos locais onde são celebrados e organizados. Os festivais têm se mostrado um recurso importante para as cidades e regiões, atuando como um atrativo turístico e melhorando a satisfação dos visitantes, o que ajuda a desenvolver o perfil turístico e a imagem cultural do local. Além disso, como bens culturais complexos, proporcionam oportunidades culturais únicas para as audiências, sejam elas locais ou estrangeiras, inovadoras e vanguardistas e que complementam as infraestruturas culturais fixas (Devesa Fernández, 2019).

Assim, o Festival Folclórico Reinado Nacional do Bambuco é um ícone cultural que se encontra no coração da Colômbia, no departamento do Huila (El 62 Festival Del Bambuco..., 2023). A cidade de Neiva, conhecida e reconhecida como a capital Bambuqueira da América, com uma população de 367.400 habitantes, de acordo com as projeções do DANE para 2021, é a anfitriã deste vibrante evento. Localizada no vale do rio Magdalena, ao sul da Colômbia (León Jaramillo, 2021), Neiva é um lugar onde tradição e uma vasta diversidade de ecossistemas se encontram.

Neiva, a capital do estado do Huila, na Colômbia, foi inicialmente fundada por Juan Cabrera em 1539 e passou por várias mudanças de nomenclatura e status ao longo dos séculos. Em 1612, Neiva foi finalmente elevada à categoria de cidade, consolidando sua importância na história da região do Huila (Ríos Osorio, 2017).

De acordo com Ríos Osorio (2017), durante os séculos da Colônia em Neiva, a cultura erudita era escassa devido à predominância de uma cultura popular mestiça formada a partir de elementos trazidos pelos espanhóis, contribuições das comunidades indígenas e características da cultura africana. Embora a origem exata da música e dança do Bambuco ainda seja incerta, há indícios de que possa ter surgido no território da antiga província de Neiva.

A festividade Nacional do Bambuco começou em homenagem a São João Batista, santo da antiga Europa cristã, levado para a América pelos espanhóis. Em 1790, o governante desta região, Don Lucas de Herazo, organizou a celebração como um ato de submissão ao Monarca espanhol. Era uma festa que durava 10 dias no mês de junho, com a programação de uma sequência de eventos com a participação da comunidade (Huila, 2013).

Todos os povos da região participavam, cada um sob a direção de sua respectiva paróquia. A tradição se estendia a tal ponto que São João se tornava uma festa rural e São Pedro uma festividade urbana, mas ambas estavam unidas por vários dias de alegres festividades. Historicamente, as celebrações duravam oito dias, cada um dedicado a um santo: 24 de junho a São João, 25 a São Eloy, 26 a São Eloicito, 27 a São Churumbelo, 29 a São Pedro, 30 a São Paulo e primeiro de julho a São Pablito, São Churumbelo e São Churumbelito (Gobernación del Huila, 2013).

Portanto, as festividades de São João e São Pedro, que fazem parte do Festival do Bambuco, foram introduzidas pelos espanhóis, misturaram-se com a cultura aborígene<sup>4</sup> e se tornaram a máxima expressão da cultura popular na antiga província de Neiva, que mais tarde foi dividida entre os atuais estados de Huila e Tolima. O despertar cultural no século XX foi impulsionado pela criação da Academia Huilense de História e o estabelecimento da Imprensa Departamental. A partir da década de 1960, Neiva experimentou um interessante fenômeno de criação cultural e intelectual em várias áreas, como literatura, artes plásticas, música, jornalismo, história, artes cênicas, pedagogia e jurisprudência (Ríos Osorio, 2017).

O *Festival Folclórico Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional del Folclor* foram celebrados pela primeira vez no ano de 1960, na cidade de Neiva. No entanto, em 1959, a Assembleia Estadual de Huila aprovou a Ordenança No. 44, através da qual se promove o Festival Típico de Huila e se estabelece a Junta Folclórica Estadual (Huila, 2015). Atualmente, em 2023, o evento conta com sua 62<sup>a</sup> edição, saltando apenas o ano de 2021, devido ao cenário pandêmico de Covid-19<sup>5</sup>. Neste ano de 2023, foi celebrado entre os dias 16 de junho a 3 de julho.

Esta cultura, dita "opita", baseia-se na sua tradição musical, que inclui os ritmos *Bambucos* e *Rajaleñas* e danças folclóricas, herdadas das culturas pré-colombianas e dos costumes espanhóis. Os desfiles de São Pedro, as trupes, a gastronomia regional (como o Assado Huilense), os encontros culturais (como os Reinados) e a bebida típica do departamento (aguardente Doble Anís) são componentes que enriqueceram as celebrações e forjaram uma identidade única na região que hoje é conhecida como o São Pedro de Huíla (Gobernación del Huila, 2023). Assim, em Neiva, desenvolve-se uma cultura artesanal que coincide com a transformação artística através de experiências relacionadas ao trabalho

---

<sup>4</sup>Um aborígene é uma pessoa que foi o habitante original de um determinado território, ou seja, é diferente de outras pessoas que vieram mais tarde para viver na região.

<sup>5</sup>A COVID-19 é uma doença infecciosa causada pelo coronavírus SARS-CoV-2 e tem como principais sintomas febre, cansaço e tosse seca.

desenvolvido na preparação deste significativo evento. Portanto, o Festival do Bambuco também se torna um campo de possibilidades para entender os movimentos e mudanças que envolvem o trabalho e a cultura local.

Durante o evento, os visitantes tendem a se integrar em um dos grupos de dança e/ou música folclórica, o que constitui uma parte essencial da vivência festiva. Participar ativamente torna-se imprescindível para entender plenamente a dinâmica do acontecimento (Delgadillo Molano, 2013). Portanto, este Festival<sup>6</sup> não é apenas um evento, é uma celebração da identidade e do patrimônio colombiano.

Em reconhecimento à sua importância, a Lei 1026, promulgada em 2 de junho de 2006, concedeu-lhe o status de Patrimônio Cultural da Nação. Este reconhecimento não apenas destaca a relevância dessas celebrações, mas também reforça o compromisso do país com a preservação e promoção de seu patrimônio cultural (Zambrano, 2017).

O Festival do Bambuco é apresentado pelo país como um evento que evoluiu para uma celebração voltada para o mercado e para o lucro, afastando-se de suas tradições e motivações histórico-culturais, tendo incorporado novas práticas em sua rotina. Isso fez com que a população local começasse a se transformar, buscando inovações não apenas no comércio, mas também na produção artesanal resultante das apropriações culturais. Com a publicidade nos meios de comunicação que transmitem o Festival do Bambuco, empresas começaram a investir no evento.

### **3. Intersecção entre Folclore e Comunicação: Oportunidades e Desafios**

De acordo com Delgadillo Molano (2013), o funcionamento da indústria cultural se baseia na dependência dos indivíduos para com ela, transformando-os no objetivo central de sua atividade. Embora esta indústria busque gerar uma sensação de conforto em seus consumidores, a maneira como às vezes apresenta esta satisfação pode ser enganosa e frustrante. Isso ocorre porque impede o desenvolvimento de indivíduos autônomos e independentes, capazes de fazer julgamentos e tomar decisões de maneira consciente. No entanto, a indústria cultural frequentemente frustra as expectativas de seus consumidores, não cumprindo com o que promete.

Este fenômeno surge devido à estreita interação entre os aspectos econômicos, sociais e culturais da indústria. Como os estudos de consumo cultural (Miranda e Lucena Filho,

---

<sup>6</sup>Quando aparecerem no texto a palavra Festival, iniciada por letra maiúscula, ou o termo Festival Folclórico, compreende-se *Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional de Folclor*.

2019) têm demonstrado, existe uma relação dinâmica entre os processos de produção cultural e os de recepção e uso social.

Assim, esta relação pode ser afetada por fatores como a estratificação social, os níveis de poder e a falta de canais de comunicação adequados. Por essa razão, é essencial considerar a influência dos meios de comunicação de massa no contexto em que operam. Atualmente, é impossível ignorar que esses meios nos moldam como sujeitos sociais, determinados por uma cultura de massa que nos impõe formas de vida dentro de nossos próprios ambientes culturais (Delgadillo Molano, 2013).

A comunicação folclórica, segundo Gushiken (2011), é uma teoria latino-americana de comunicação que surge durante um período de modernização no Brasil. Essa teoria busca entender como as comunidades mais afastadas dos centros urbanos utilizam meios e formas de comunicação próprios para se expressar, manter sua identidade cultural e transmitir seu conhecimento através das gerações. Como aponta Marques de Melo (2008), permite compreender os processos de inter-relação entre a cultura popular e os Meios de Comunicação de Massa.

Além disso, em concordância com Fernádes et al. (2013), a Folkcomunicação se concentra nos processos de comunicação local e comunitária dos setores subalternos de sociedades marcadas por desníveis socioculturais, tal como ocorreu historicamente na América Latina.

Nesse sentido, a interseção entre cultura popular, folclore e comunicação emerge como uma possibilidade vital para promover uma relação mais equitativa entre a indústria cultural e os consumidores. Essa interseção pode fornecer um meio para desafiar as estruturas de poder existentes e promover maior autonomia e independência nos indivíduos, através da valorização e difusão das formas culturais tradicionais e autóctones. Desta forma, o folclore pode se tornar uma ferramenta para resistir à homogeneização cultural imposta pelos meios de comunicação de massa e promover uma maior diversidade e respeito pela pluralidade cultural (Delgadillo Molano, 2013).

García Canclini (1995) destaca o papel essencial da comunicação na formação da identidade cultural e na promoção da diversidade. Sob esta perspectiva, a comunicação é instrumental na construção cultural, impulsionando a consolidação de identidades coletivas e favorecendo o diálogo entre diferentes culturas. Martín-Barbero (1997) enfatiza que a comunicação é crucial na formação da identidade cultural. Pode-se interpretar a comunicação como uma atividade cultural que influencia a construção e remodelação da cultura. Nessa



linha, a comunicação mercadológica se esforça para se adaptar à cultura local e forjar conexões mais estreitas com o público.

O *Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional del Folclor* exemplifica vividamente a aplicação e relevância da Folkcomunicação na promoção e difusão do patrimônio cultural. Este evento oferece uma oportunidade única tanto para a comunidade local quanto para visitantes de diferentes regiões do país e do mundo, permitindo-lhes imergir nas ricas tradições e manifestações folclóricas que caracterizam a região.

Através da Folkcomunicação, o festival estabelece uma poderosa conexão entre a cultura popular e os Meios de Comunicação de Massas (MCM), atuando como um canal para transmitir conhecimentos e tradições ancestrais. Por meio de desfiles, danças, concursos e exposições de artesanato, são promovidas e preservadas as expressões folclóricas locais, contribuindo para manter a sua identidade e diversidade cultural (El 62 Festival Del Bambuco..., 2023).

Além disso, a comunicação folclórica confere um quadro para interpretar e compreender os símbolos presentes em eventos folclóricos. Uma dança específica, neste caso, o Bambuco, pode ter um significado simbólico que só pode ser completamente entendido através do contexto fornecido pela comunicação folclórica. Assim, de acordo com García García et al. (2010), os símbolos em eventos folclóricos representam valores, crenças e tradições de uma comunidade. Por meio da comunicação folclórica, esses símbolos são transmitidos de geração em geração, assegurando que as futuras gerações compreendam e valorizem sua herança cultural (Torres Romay, 2009).

#### **4. Estratégias Empresariais e o Impacto Socioeconômico dos Festivais Culturais em países amazônicos**

Como anteriormente mencionado, os símbolos culturais, que abrangem desde objetos e animais até gestos, representam a ideologia de uma cultura específica, proporcionando um sentido de identidade e pertencimento aos membros de uma comunidade e facilitando a comunicação de seus valores e tradições. No contexto de um festival, esses símbolos podem enriquecer a experiência, reforçando a identidade cultural e fortalecendo os vínculos comunitários (Lizardo, 2016). Paralelamente, as estratégias empresariais são fundamentais para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos festivais culturais, abrangendo aspectos como a promoção e o *marketing* do evento, a gestão de patrocínios e colaborações, o planejamento e a execução de atividades, e a administração de recursos e logística. Assim,

como aponta Leal Jiménez y Quero Gervilla (2011), é crucial que essas estratégias considerem a cultura local e seus símbolos, já que esses elementos podem ser utilizados para atrair visitantes e potencializar a experiência no evento.

É um fato que os símbolos em eventos folclóricos refletem a identidade e história de uma comunidade (Beltrán, 2022). Na Colômbia, muitos festivais possuem emblemas característicos como a “Marimonda<sup>7</sup>”, no Carnaval de Barranquilla. No entanto, o *Festival del Bambuco em San Juan y San Pedro* ainda não possui um símbolo exclusivo que o diferencie tanto a nível nacional como internacional. São muitos os símbolos que representam o evento. Portanto, a instituição de um símbolo único para este evento não apenas poderia realçar a identidade do Festival, mas também favorecer as diversas organizações que buscam destacar ou promover seus produtos e serviços alusivos aos temas do festejo.

Para Schargorodsky (2011), o patrocínio empresarial em festivais folclóricos demonstrou ser uma estratégia benéfica para as companhias e as comunidades locais. Ao se associarem a esses eventos culturais, as empresas obtêm uma valiosa oportunidade para aumentar a visibilidade de sua marca e alcançar novos mercados e clientes. Além disso, o apoio a festivais folclóricos fortalece a imagem corporativa, pois demonstra o compromisso da empresa com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável. Ao oferecerem seu respaldo, as empresas contribuem diretamente para o crescimento econômico da comunidade, impulsionando o turismo e o comércio local.

Assim, os festivais folclóricos se transformaram em poderosos palcos para as empresas, proporcionando-lhes uma plataforma única para estabelecer relações com outras companhias e líderes comunitários. Ao patrocinar esses eventos culturais, as empresas podem acessar uma rede de contatos valiosa que pode abrir portas para futuras parcerias e oportunidades comerciais (Peña Lazaro, 2020). Além disso, o apoio a esses festivais ajuda a fomentar a identidade cultural da comunidade, preservando suas tradições e costumes únicos. Essa contribuição à cultura local melhora a percepção que os consumidores têm sobre a empresa e seu compromisso com a comunidade.

Portanto, sob uma perspectiva de responsabilidade social corporativa, o investimento empresarial em festivais folclóricos adquire um significado especial. Ao mostrarem seu apoio à cultura e ao patrimônio, as empresas podem se estabelecer como atores comprometidos com o bem-estar da sociedade (Repertur, 2005).

---

<sup>7</sup>Personagem mascarada, com orelhas grandes e uma tromba muito comprida, característica do carnaval de Barranquilla.

Essa forma de patrocínio também pode gerar um impacto econômico positivo na comunidade, pois, ao atrair turistas e visitantes, contribuem com o crescimento econômico local. Em última análise, o apoio empresarial aos festivais folclóricos representa uma simbiose benéfica entre o setor privado - também o setor público, no caso do evento em voga (quem determina a programação oficial do evento) e a cultura local, criando um ambiente propício para o crescimento e o enriquecimento mútuo.

Assim, as estratégias de *marketing* cultural podem abranger desde a promoção de elementos da cultura local, como a música, a dança, a gastronomia e os artesanatos, até a formação de colaborações e patrocínios com empresas e organizações culturais para aumentar a visibilidade do Festival e proporcionar oportunidades de financiamento (Gómez Ramírez, 2007). Na era digital, o uso de redes sociais e divulgação digital torna-se essencial para alcançar um público mais amplo, criando conteúdo atraente e interagindo com os seguidores para gerar maior interesse. A participação ativa da comunidade no planejamento e execução do evento é crucial para garantir uma representação autêntica da cultura local, e a promoção do Festival como um destino turístico cultural pode atrair visitantes de todo o país e do exterior.

Segundo Miranda e Lucena Filho (2019), investir em festivais folclóricos é uma estratégia relevante para as empresas se conectarem com o público e ganharem sua preferência frente à possível difusão de preceitos doutrinários (hábitos e costumes culturais) de outras culturas. Ela destaca que ao refletir a representatividade da cultura na marca, apresentada durante o evento, as empresas têm maior aceitação dos consumidores. Ademais, a adaptação de símbolos culturais pode ser uma estratégia para posicionar produtos em nichos específicos. Essa perspectiva é corroborada por Scharf (2007), que enfatiza a identificação com a cultura local como uma abordagem de *marketing* que fortalece os laços com o público e constrói confiança.

Ao longo dos anos, diversas marcas se posicionaram na promoção de festivais folclóricos, em várias partes do mundo, adaptando seus produtos aos festivais. Esta é uma estratégia de *marketing* que permite às empresas se conectarem com seu público-alvo de uma maneira mais autêntica e personalizada. Os festivais folclóricos como o caso do Festival Folclórico de Parintins, no Brasil, atraem grandes multidões e oferecem uma oportunidade única para que as marcas interajam diretamente com os consumidores. Embora este fato ocorra em alguns festivais da Colômbia como, por exemplo, o Festival da Lenda Vallenata ou o próprio Carnaval de Barranquilla, no que diz respeito ao *Festival del Bambuco em San Juan y San Pedro*, em Huila, isso não ocorre.

Nas últimas décadas, os festivais culturais têm demonstrado ser uma fonte significativa de receita interna, destacando sua contribuição para o crescimento econômico local e seu impacto na sociedade e também no desenvolvimento, especialmente na cidade onde se realiza a programação oficial destes eventos. Um exemplo representativo dessa relação entre cultura e crescimento econômico é o *Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional de Folclor*, na Colômbia. Este Festival não só atrai turistas, como também fortalece a identidade local e a economia na região de Huila.

Historicamente, o Território de Huila tem dependido principalmente da atividade pecuária como motor econômico, e as oportunidades temporais de produção petrolífera estão diminuindo. Portanto, são necessárias alternativas de crescimento econômico que garantam a sustentabilidade tanto a nível estadual como societal (Gobernación del Huila, 2013).

No entanto, o Festival Folclórico, Reinado Nacional do Bambuco e Mostra Internacional de Folclore, com sua dinâmica preparatória e seus resultados posteriores, apresentam-se como uma fonte geradora de emprego e renda, tornando-se um componente essencial para o crescimento econômico do Estado e também da Região Sul da Colômbia, posicionando-se como um destacado polo de turismo cultural no país (Gobernación del Huila, 2013).

É importante destacar que tanto as entidades públicas como privadas da região mostram um grande interesse em consolidar essas festividades como o evento cultural mais representativo de Huila. Na Colômbia, o São Pedro em Neiva é tão representativo como o São João, em Campina Grande, no Brasil. Não só veem uma oportunidade para o desenvolvimento socioeconômico, mas também uma maneira de revitalizar o patrimônio cultural imaterial. Os encontros e concursos permitem a interculturalidade de manifestações culturais, tanto da Colômbia como de algumas partes do mundo (El 62 Festival Del Bambuco..., 2023).

Portanto, essa dinâmica de transversalidade cultural impacta positivamente em todos os setores que são aliados estratégicos na organização e geração de benefícios, não apenas para a região e o país, mas também para os próprios residentes e visitantes.

A organização principal por trás deste Festival é a Corposanpedro, uma empresa estatal colombiana fundada em 1961 com o objetivo principal de organizar o Festival Folclórico, Reinado Nacional do Bambuco e a Mostra Internacional de Folclore em Neiva, Huila. Como entidade encarregada da organização, a Corposanpedro coordena todos os eventos e oferece apoio logístico (Tovar, 2016).

A Corposanpedro (El 62 Festival Del Bambuco..., 2023) desempenha um papel destacado na promoção e organização do Festival, contribuindo para a sua visibilidade tanto a nível nacional como internacional. Por meio de uma ampla variedade de atividades, como o Concurso Nacional de Danças Folclóricas, o Concurso Nacional de Música Campesina, o Concurso Nacional de Rajaleñas e o Concurso Nacional de Sanjuanero Huilense, além da Eleição e Coroação da Rainha Nacional do Bambuco, a organização oferece uma experiência cultural enriquecedora.

De acordo com a Contraloría de Neiva (2016), a ampla atuação da Corposanpedro não se limita apenas ao âmbito organizacional, já que a organização também se esforça para proteger, promover e fortalecer o Festival como um projeto de interesse coletivo. Reconhecendo o Festival como Patrimônio Cultural, ela também assume uma perspectiva de sustentabilidade cultural, social e econômica, buscando garantir a continuidade do evento de maneira viável e sem fins lucrativos.

Devido ao Festival, o impacto econômico é evidente através dos gastos dos visitantes em alojamento, alimentação, transporte e produtos locais, o que gera emprego nos setores de hospedagens, comércio e transporte, e contribui significativamente para o crescimento econômico da região (El 62 Festival Del Bambuco..., 2023).

No âmbito comercial, tanto os residentes locais quanto os habitantes das regiões vizinhas se envolvem profundamente nas práticas culturais. Eles aproveitam esse conhecimento cultural para combater a escassez de empregos, criando ocupações que refletem a vida cotidiana da cidade por meio de seus produtos. Um exemplo perfeito é a arte popular, que se torna um espelho da vida local e um veículo para a expressão e criatividade dos artesãos, retratando paisagens significativas do território e os ícones do Festival Folclórico e Reinado Nacional do Bambuco (El 62 Festival Del Bambuco..., 2023).

Um aspecto notável do Festival do Bambuco é a presença de talentos artísticos em sua população. Mesmo aqueles que não são profissionais possuem habilidades em pintura, escultura, desenho e outros ofícios. Esses indivíduos, ao criar elementos culturais artísticos para o evento, ajudam a aumentar o reconhecimento do mesmo. Seu conhecimento empírico e suas técnicas, aperfeiçoadas ao longo do tempo, permitem que criem paisagens em forma de esculturas, contribuindo para o atrativo do festejo.

Essa forma de arte não apenas se traduz em renda para os indivíduos dedicados a esse ofício, mas também promove a aprendizagem e a transmissão dessas habilidades. Além disso, a arte popular proporciona uma fonte de emprego que se estende além dos dias do Festival. Os objetos de arte criados são comercializados de forma constante para turistas, tanto

nacionais quanto estrangeiros, e para comerciantes da cidade, o que gera um fluxo de renda ao longo do ano.

Da mesma forma, o Festival do Bambuco exemplifica como a cultura local pode ser utilizada para o desenvolvimento econômico. Essa relação entre a cultura e o desenvolvimento implica o fortalecimento das entidades locais, a promoção de um ambiente produtivo e a valorização da cultura popular. Nesse contexto, o desenvolvimento local é visto como um processo enraizado na cultura e nas capacidades da comunidade (Silva Vargas, 2006).

É um fato que, como aponta Acosta Puertas (1999), a cultura endógena, que se constrói dentro de um lugar e se difunde para outros, pode ser vista como uma aliada para a política dos pobres. Apesar de parecer uma fraqueza, essa cultura fortalece a identidade local e atua como um amortecedor contra políticas externas potencialmente prejudiciais. Isso é evidente no contexto do Festival do Bambuco, onde a cultura local tem sido crucial para o fortalecimento da identidade da comunidade.

O Festival do Bambuco, assim como muitos eventos, possui um patrimônio imaterial. Esse patrimônio inclui conhecimentos e formas de vida locais que refletem a cultura do lugar. Atualmente, a cultura local do Festival não apenas se mantém viva, mas também se transforma e adquire novas formas. Um exemplo desse acontecimento é a apresentação do ritmo do Bambuco, em duas versões: tradicional e Sanjuanero.

Assim, é necessário enfatizar que o Festival do Bambuco em São João e São Pedro gera um impacto significativo na comunidade, atuando como um símbolo (Bobadilla et al., 2021) que direciona a atenção para várias empresas representadas em setores econômicos como bebidas, alimentos, transportes, hospedagens, vestuários, entre outros.

Portanto, essa interseção favorece desde a grande economia até a economia informal, beneficiando tanto os residentes quanto os visitantes desse acontecimento local e regional. Originada em práticas religiosas de séculos atrás e agora gerenciada pelo Governo de Huila em parceria com a Prefeitura de Neiva, esta festividade impulsiona uma economia adaptada ao desenvolvimento da região.

## **5. Considerações Finais**

A presente pesquisa revelou a complexidade e a riqueza da relação entre folclore, comunicação e crescimento econômico local, tomando como foco o *Festival Folclórico, Reinado Nacional del Bambuco y Muestra Internacional de Folclor*. Foi demonstrado que esse Festival é muito mais que uma mera expressão cultural; é um mecanismo multifuncional

que potencializa o desenvolvimento socioeconômico, fortalece a identidade cultural, promove o turismo e favorece a economia local.

O estudo evidenciou a essência dos festivais folclóricos em países amazônicos como representantes vivos do patrimônio cultural, que têm experimentado uma expansão notável, tanto em sua relevância quanto em sua abrangência. Eles não só preservam e enriquecem a cultura local, mas também têm um impacto econômico tangível, sendo um motor para o desenvolvimento regional.

A interação crítica entre o folclore e a comunicação, destacada nesta pesquisa, enfatiza a importância de preservar e valorizar a cultura local, especialmente em face dos desafios apresentados pela indústria cultural e pela homogeneização global. Esta relação pode servir como uma ferramenta vital para promover uma maior diversidade e respeito pela pluralidade cultural, bem como para resistir às estruturas de poder que podem obstruir o desenvolvimento de indivíduos autônomos e independentes.

A consideração das estratégias empresariais, patrocínios e a potencial instituição de um símbolo para o Festival do Bambuco reforça a importância de considerar todos os aspectos do evento, desde o planejamento até a execução, para maximizar seu impacto positivo.

Em última análise, este trabalho ressalta o papel vital que festivais como o *Festival del Bambuco em San Juan y San Pedro* desempenham na promoção da cultura, na sustentabilidade econômica e no enriquecimento da vida comunitária. A pesquisa reforça que o desenvolvimento local deve ser visto como um processo enraizado na cultura e nas capacidades da comunidade, e que a valorização da cultura popular é mais do que uma expressão artística; é um veículo poderoso para o crescimento e o bem-estar de toda a região.

## 6. Referências

- Acosta Puertas, J. (1999). Cultura y desarrollo endógeno y la construcción del futuro: Colombia, un país no desarrollado y en conflicto em el umbral de un nuevo milênio pero lejos del umbral del desarrollo. *Ensaïos FEE*, 20 (1), 92-119.  
<https://revistas.planejamento.rs.gov.br/index.php/ensaïos/article/view/1939/2314>
- Beltrán, F. (2022). Folklore - ¿Qué es y por qué es tan importante? *Berlitz*.  
<https://www.berlitz.com/es-mx/blog/folklore-que-es>
- Beltrão, L. (2014). *Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*. Edipucrs.

- Bobadilla, M., Moreno, N., Veja, S. (2021). *Metodología para desarrollar el plan especial de salvaguardia del Festival Folclórico del Bambuco de Neiva* [Trabajo de grado]. Universidad del Rosario.
- Contraloría de Neiva. (2016). *Informe de auditoría gubernamental modalidad regular. Municipio de Neiva*. <https://www.contralorianeiva.gov.co/wp-content/uploads/2020/04/2016-2-Alcance-Informe-auditoria-gubernamental-modalidad-regular-Municipio-de-Neiva-vigencia-2016-Denuncia-07-2017.pdf>
- Devesa, M., Báez, A., Figueroa, V., y Herrero, L. C. (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *EURE (Santiago)*, 38 (115), 95-115.  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0250-71612012000300005](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612012000300005)
- Devesa Fernández, M. (2019). Repercusiones económicas y sociales de los festivales de música: sistemas de medición e indicadores de impacto. *Trans 23*.  
<https://www.sibetrans.com/trans/public/docs/8db-final-trans-2019.pdf>
- El 62 Festival Del Bambuco En Pantallas A Nivel Nacional E Internacional. (2023). *Corposanpedro*. <https://corposanpedro.org/el-62-festival-del-bambuco-en-pantallas-a-nivel-nacional-e-internacional/>
- Fernandes, M., Falchetto, G., Vieira, H., Nogueira, R., e De Carvalho, A. M. (2013). *Folkcomunicação: Análise das Influências do Conceito desde sua Gênese até a Contemporaneidade*. Em Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. (1-11).  
<https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1592-1.pdf>
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. UFRJ.
- García García, F., Llorente Barroso, C., y García Guardia, M. L. (2010). La construcción globalizada del logo-símbolo y la globalización de la marca a través del mismo. *Historia y Comunicación Social*, 15, 125-148.  
[https://www.researchgate.net/profile/M-Luisa-Guardia-2/publication/268578478\\_La\\_construccion\\_social\\_globalizada\\_del\\_logo\\_simbolo\\_y\\_la\\_globalizacion\\_de\\_la\\_marca\\_a\\_traves\\_del\\_mismo/links/547177960cf2d67fc0345121/La-construccion-social-globalizada-del-logo-simbolo-y-la-globalizacion-de-la-marca-a-traves-del-mismo.pdf](https://www.researchgate.net/profile/M-Luisa-Guardia-2/publication/268578478_La_construccion_social_globalizada_del_logo_simbolo_y_la_globalizacion_de_la_marca_a_traves_del_mismo/links/547177960cf2d67fc0345121/La-construccion-social-globalizada-del-logo-simbolo-y-la-globalizacion-de-la-marca-a-traves-del-mismo.pdf)
- Gobernación del Huila. (2023). “Abrimos nuestro corazón a las opitas, a todo el pueblo colombiano y al mundo entero”: Gobernador del Huila.



- <https://www.huila.gov.co/publicaciones/13888/abrimos-nuestro-corazon-a-las-opitas-a-todo-el-pueblo-colombiano-y-al-mundo-entero-gobernador-del-huila/>
- Gobernación del Huila. (2013). Objetivos.  
<https://www.huila.gov.co/publicaciones/457/festival-folclorico-333/>
- Goleman, D. (2019). *Empatia*. *Harvard Business Review* [Tradução de Rachel Agavino]. Sextante. <https://acervo.enap.gov.br/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=524222>
- Gushiken, Y. (2011). Folkcomunicação: interpretação de Luiz Beltrão sobre a modernização brasileira. *Razón y Palabra*, 1 (77). [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N77-1/16\\_Gushiken\\_M77-1.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N77-1/16_Gushiken_M77-1.pdf)
- Huila. (2015). Huila: Eventos, Férias y Fiesta.  
<https://huila.travel/storage/app/uploads/public/5c4/73e/35a/5c473e35a75e2524107540.pdf>
- Leal Jiménez, A. y Quero Gervilla, M. J. (2011). Manual de marketing y comunicación cultural. [https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural\\_web.pdf](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf)
- León Jaramillo, J. S. (2021). *Revitalización urbana em la comuna 10 de la ciudad de Neiva – Huila* [Trabajo de grado, Pregrado en Arquitectura]. Universidad Antonio Nariño. [http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6240/1/2021\\_JuanSebasti%c3%a1nLe%c3%b3nJaramilo.pdf](http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/6240/1/2021_JuanSebasti%c3%a1nLe%c3%b3nJaramilo.pdf)
- Lindstrom, M. (2016). *A lógica do consumo: verdades e mentiras sobre o por que compramos* [Trad. Marcello Lino]. Harper Collins Brasil.
- Lizardo, O. (2016). Cultural symbols and cultural power. *Qualitative Sociology*, 39, 199-204. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11133-016-9329-4>
- Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. Editora da UFRJ. <https://notamanuscrita.files.wordpress.com/2014/08/jesus-martin-barbero-dos-meios-as-mediacao3a7c3b5es.pdf>
- Melo, J. M. de. (2008). *Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação*. Paulus.
- Miranda, A. P. A. e Lucena Filho, S. A. de. (2019). *O Poder da Empatia: comunicação e marketing cultural em cenário de negócios*. Curitiba.
- Peña Lazaro, D. (2020). Más allá de la celebración, el carnaval genera riqueza. *BID*. <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/mas-alla-de-la-celebracion-el-carnaval-genera-riqueza>

- Gómez Ramírez, C. (2007). Marketing cultural. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (60), 123-146.  
[https://www.researchgate.net/publication/237029522\\_Marketing\\_cultural](https://www.researchgate.net/publication/237029522_Marketing_cultural)
- Repertur, L. (2005). *Financiamiento de pymes culturales. Inversión para el desarrollo y el empleo de los jóvenes*. EDIUNC.
- Ríos Osorio, J. A. (2017). Neiva: Arrullada por el río Magdalena.  
<https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-235/neiva-arrullada-por-el-rio-magdalena>
- Scharf, E. R. (2007). *Gestão do Conhecimento Aplicada ao Marketing: Como Usar Conhecimento e Ações Orientadas Para O Mercado no Desenvolvimento de Vantagens Competitivas Sustentáveis* [1st Ed]. Editora Visual Books.
- Schargorodsky, H. (Ed.). (2011). *La gestión de festivales escénicos: conceptos, miradas y debates*. Bissap Consulting. <https://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/10/La-gestion-de-festivales-esc%C3%A9nicos-conceptos-miradas-y-debates.pdf>
- Silva Vargas, V. (2006). *Las huellas de Villamil*. ISBN: 9789589719206
- Torres Romay, E. (2009). Publicidad y Folclore La utilización del folclore como estrategia publicitaria. El caso gallego. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, 7 (14), 1-15.  
<https://www.redalyc.org/pdf/6317/631768779003.pdf>
- Tovar, B. (2016). Festival Folclórico de Neiva [1era ed]. *Banrepcultural*.  
<https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-330/festival-folclorico-de-neiva>
- Urdaneta, L. A. M. (2001). Revitalización de la cultura a través del turismo: las fiestas tradicionales como recurso del turismo cultural. *Revista Turismo Em Análise*, 12 (2), 43-59. <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63541>
- Zambrano, B. (2017). Festival Folclórico de Neiva. *Banrepcultural*.  
<https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-330/festival-folclorico-de-neiva>