



O Boi de Rua de Parintins: uma abordagem Folkcomunicacional¹.

Yasmin CARDOSO²

Soriany NEVES³

Universidade Federal do Amazonas, Parintins, AM

RESUMO:

A cidade de Parintins⁴, no Amazonas, é um dos municípios que ainda mantém alguns elementos de folguedos como expressão da cultura popular, (boi de rua e pastorinhas), embora se venha dando ênfase ao turismo de eventos, como é o caso do Festival dos Bois bumbás Garantido e Caprichoso⁵, no entanto ainda se podem visualizar essas expressões em algumas ritualísticas como é o caso do Boi de Rua. Este artigo é resultado parcial da pesquisa cujo objetivo geral é analisar o Boi de Rua de Parintins como um fenômeno folkcomunicacional bem como os procedimentos folkcomunicacionais que os agentes sociais se utilizavam na expressão de cultura popular, a fim de identificar quais transformações incidiram sobre essa manifestação. Partindo deste pressuposto, pretende-se identificar de que forma o boi massificado intervém na manifestação do Boi de Rua, que é uma manifestação da cultura popular.

PALAVRAS-CHAVE: folkcomunicação; festas populares; cultura popular; agentes folk;

INTRODUÇÃO

Parintins é um dos municípios do Estado do Amazonas que ainda mantém alguns elementos de folguedo como expressão de cultura popular, como é o caso das pastorinhas e do próprio Boi de Rua. Embora tenha se dado mais ênfase ao turismo de eventos, percebe-se que essas ritualísticas estão presentes e que vem se adequando aos processos da indústria cultural. O cortejo que é feito no Boi de Rua, acontece em função

¹ Trabalho apresentado no DT 8 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação - no XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Aluna líder. Bolsista da Fapeam de iniciação científica (PIBIC) e estudante de Graduação do 4º Período do Curso de Jornalismo do ICSEZ/UFAM, e-mail: yasmin_gatto_cardoso@hotmail.com.

³ Orientadora. Professora M. Sc. em Ciências da Comunicação do curso de Comunicação Social/Jornalismo do ICSEZ/ UFAM, email: sorissn@gmail.com.

⁴ Município do interior do Estado do Amazonas com aproximadamente 100.000 habitantes, localizado a 420 quilômetros da capital do Estado (Manaus).

⁵ Evento que acontece no último final de semana do mês de Junho em Parintins desde 1965, com a disputa entre o boi Garantido e o boi Caprichoso.



de uma promessa a um santo, em que os participantes adeptos do boi acompanham um itinerário demarcado pelo território pertencente aquele boi.

A festa dos bois nasceu através de promessas aos santos do catolicismo (São João e Santo Antônio) e ganha o cunho profano (músicas, danças, rituais) e é nesse sentido que buscamos documentar e registrar os meios de folk como estórias, ex-votos (promessas) manifestados por meio de quadro, imagem, fotografia, desenho, peça de roupa e os mais variados utensílios que se oferecem em capelas, procissão, cortejos, como resultado de uma graça alcançada (BELTRÃO, 1980). Partindo desse pressuposto é possível situar o boi de rua como fenômeno folkcomunicacional na perspectiva de Beltrão que diz que as celebrações religiosas bem como as feiras, os rituais, as festas são consideradas como grandes oportunidades de comunicação dos grupos folk, pois são nessas manifestações que ocorrem o encontro e a atualização da memória do povo através desse sistema de comunicação denominado folkcomunicação, que são processos comunicacionais presentes no âmbito da cultura popular.

Beltrão define folkcomunicação como “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (p.24, 1980). A folkcomunicação valoriza diversas formas de manifestações no âmbito comunicacional como gestos, falas, signos gráficos, códigos, atitudes, ambientes, procedimentos e meios. É a partir desta orientação que buscamos busca encontrar dentro dessa ritualística essas formas de diálogo entre os grupos.

Atualmente vários autores vêm discutindo o conceito de folkcomunicação, dentro do cenário em que ela se encontra hoje, buscando perceber suas peculiaridades, novidades, tendências e concepções no âmbito comunicacional. Antônio Hohlfeldt (2002) aperfeiçoou o conceito de Beltrão, buscando uma melhor compreensão para esta teoria e definiu folkcomunicação como:

A folkcomunicação não é, pois, o estudo da cultura popular ou do folclore, é bom que se destaque com clareza. 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 (HOHLFELDT apud SCHMIDT, 2008, p.8).



Dessa forma, fica mais evidenciado que os diferentes autores, e mais proximamente de Luiz Beltrão, Marques de Melo e Hohlfeldt, a folkcomunicação demarca um campo de estudo científico que não é nem o folclore e nem a cultura popular, o interesse dessa área está nos procedimentos comunicacionais existentes nesse contexto e é a partir deste ponto de vista, dessa nova conceituação que tem se trabalhado o Boi de Rua.

Conceitos de cultura: um conceito simbólico

Acredita-se que para o devido entendimento do trabalho é necessário apresentarmos a distinção do conceito de cultura em duas vertentes, cultura como um conceito simbólico e cultura popular.

O conceito de cultura vem sendo discutido ao longo dos tempos, logo se relacionava cultura a um processo de desenvolvimento intelectual ou espiritual. Segundo Thompson (1995), com o aparecimento da disciplina de Antropologia no fim do século XIX, a concepção clássica deu lugar a várias concepções antropológicas de cultura. Destacaremos apenas duas, que são a concepção descritiva e a simbólica. Paul Thompson classifica essas concepções, respectivamente:

A concepção descritiva de cultura refere-se a um variado conjunto de valores, crenças, costumes, convenções, hábitos e práticas características de uma sociedade específica ou de um período histórico. A concepção simbólica muda o foco para um interesse com simbolismo: os fenômenos culturais, (...), são fenômenos simbólicos e o estudo da cultura está essencialmente interessado na interpretação dos símbolos e da ação simbólica (p.166).

Dado o entendimento que o boi de rua é uma manifestação de cultura popular, utiliza-se a concepção simbólica para a compreensão dos fenômenos simbólicos e o estudo da cultura se direciona para a interpretação dos símbolos e da ação simbólica. Thompson ainda classifica a concepção simbólica como:

(...) o padrão de significados incorporados nas formas simbólicas, que inclui ações, manifestações verbais e objetos significativos de vários tipos, em virtude dos quais os indivíduos comunicam-se entre si e compartilham suas experiências, concepções e crenças (p.176).

Para Laraia (2009), o homem é o resultado do meio cultural em que foi socializado. Ele é um herdeiro de um longo processo acumulativo, que reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o antecederam. A



manipulação adequada e criativa desse patrimônio cultural permite inovações e invenções. Estas não são, pois o produto da ação isolada de um gênio, mas o resultado do esforço de toda uma comunidade (LARAIA, 2009, p.45).

Nesse sentido, infere-se que qualquer sistema cultural está num processo de modificação (LARAIA, p.96). Por isso que entendemos o uso da concepção simbólica no Boi de Rua pertinente, por mudanças que esta manifestação vem sofrendo ao longo dos anos.

Cultura popular

A manifestação do Boi de Rua se configura como uma manifestação de cultura popular, para tanto é preciso entender o conceito trabalhado. Segundo Braga (2004), falar em cultura popular implica necessariamente lançar mão de múltiplos referenciais teóricos, não apenas de uma antropologia clássica que nos ensinou entre outras coisas a importância da diferença entre as sociedades humanas, como também da mudança cultural e das possibilidades interpretativas que permitem captar a singularidade do outro, mesmo que ele faça parte da mesma sociedade ocidental habitada pelo antropólogo.

Há uma relação intrínseca entre cultura popular e folkcomunicação, no âmbito de suas práticas. Tendo em vista que os comunicadores atuam em grupos de cultura popular. Marques de Melo (2008) afirma que:

A folkcomunicação adquire cada vez mais importância pela sua natureza de instância mediadora entre a cultura de massa e a cultura popular, protagonizando fluxos bidirecionais e sedimentando processos de hibridização simbólica. Ela representa inegavelmente uma estratégia contra-hegemônica das classes subalternas (p.25).

A folkcomunicação vai está mediando a cultura de massa e a cultura popular, pois é através dos seus comunicadores folkcomunicacionais que os grupos marginalizados tanto rurais quanto urbanos entenderão as mensagens veiculadas pelos meios massivos. É nessa fronteira que os comunicadores de folk vão atuar, sendo uma espécie de tradutores dos discursos produzidos pela comunicação de massa.

Festas populares amazônicas

Para entender melhor a configuração atual das festas populares amazônicas, utiliza-se os estudos de Wilson Nogueira (2008), que destaca o valor que estas festas têm em todo o mundo por meio da mídia, uma vez que atrai investidores e consumidores, se adequando cada vez mais



ao mercado capitalista, e esse interesse do meio televisivo pelas festas que tem um papel preponderante no fato da ressignificação simbólica das festas amazônicas. O autor enfatiza:

As culturas correntes na Amazônia estão hoje no olho do furacão dos meios de comunicação modernos. É a própria Amazônia uma marca fetichizada. Modos de vida e festas populares tradicionais em qualquer lugar do planeta terão sempre espaço privilegiado na mídia, mas na Amazônia (...) ficam supervalorizadas (p.53).

Wilson cita ainda estudos de Azevedo (2000) que discorre sobre a idéia de que os bois de Parintins alcançaram todos os itens do mercado que são: produto, preço, praça e propaganda. Afirmando que outras festas populares na Amazônia estejam reelaborando e incorporando esta mesma fórmula no sentido de se fortalecerem no mercado (Idem, 2008, p.94).

A festa de Parintins não tem caráter inédito, tanto como festa popular quanto como produto, primeiro porque esse folguedo se enquadra na estrutura de bois-bumbás do folclore brasileiro, que Nogueira (2008) afirma:

O Boi-Bumbá de Parintins é o resultado de uma longa experiência na forma de como uma agremiação de foliões pode se comunicar e interagir com o público na arena (...). Antes de se consolidar como Boi-Bumbá de Parintins, esse folguedo se enquadrava na estrutura das variações de bois-bumbás descritas por Câmara Cascudo e Mário de Andrade e demais pioneiros no estudo do folclore brasileiro. Mantinha-se mais ou menos dentro da mesma estrutura de encenação, destacando os elementos constitutivos dessa festa popular (o Boi, Mãe Catirina, Pai Francisco, Amo da Fazenda, Gazumbá, o Sacerdote, etc.), que percorrem as ruas e se apresentam nas casas de personalidades das cidades (p.95-6).

E segundo porque como produto, o Festival proporciona imagens bastante conhecidas pelos telespectadores, que são: as fantasias, alegorias e encenações de rituais indígenas que destacam o luxo, o exótico e o apelo à sensualidade; a música, que também se aproximou dos ritmos comerciais dançantes; e a dança executada em coreografias de fácil assimilação pelas platéias. Infere-se que: “(...) do ponto de vista mercadológico, os bumbás parintinenses apegaram-se a uma fórmula que produz imagens reconhecíveis pelos telespectadores por associação às de outras manifestações populares, entre as quais o carnaval nas suas variações” (NOGUEIRA, p. 100).

E esse sucesso se dá pela brincadeira não ser totalmente inédita, o que favoreceu a profissionalização da festa, tornando-a assim, mais vendável. O boi consegue mesclar o passado com o presente, pois sua narrativa se dá ainda na estória de Mãe Catirina, Pai Francisco e o Senhor da Fazenda. Essa estória não muda em substância, fala do cotidiano e suas contradições no mundo do trabalho e das relações sociais. Fenômeno esse, que o Boi de Rua na sua configuração contemporânea está tentando resgatar com o passar dos anos. À luz desses estudos verifica-se



como as festas amazônicas estão fetichizadas e de como os bois vem se adequando a realidade midiática, fazendo com que reelaborem suas características de sua origem, deste modo o boi de rua também sofre reflexos destas transformações.

Origem dos Bumbás na Amazônia: Versões mais recorrentes

Existem muitas divergências quanto à origem dos bumbás na Amazônia, bem como o momento em que o boi se tornou protagonista desse auto popular⁶. Os estudos de Mário Ypiranga Monteiro afirmam que a maior probabilidade de introdução do bumbá na região se correlaciona com a dança portuguesa das tourinhas, de origem eurásica (Européia e Asiática) e nos foi transmitido pelos colonos portugueses a partir de 1787, e não pelos nordestinos, que chegaram ao Amazonas entre 1877-1888-1940. Monteiro (2004) afirma que:

Durante minhas (...) pesquisas encontrei um apógrafo bastante suasivo, da existência da ‘tourinha’ em Barcelos (Mariuá), antiga capital da Capitania e Comarca de São José do Rio Negro. (...) Trata-se de um dado aparentemente superficial, que não remete diretamente ao bumbá amazonense, mas consigna o marco histórico da elaboração popular em termos de geração portugalense (p.103).

O autor afirma ainda que, o português encontrou o índio com uma forte inclinação para as festas, as bebidas, a nudez, fatores que fizeram uma grande mistura cultural, que mesclava a religião, aceitando o paganismo e o paganismo curvava-se diante das leis da coroa. Afirma ainda que: “o nosso bumbá veio dessa fusão, autorizado e amparado pela religião e pela lei”. (MONTEIRO, 2004, p. 106)

O bumbá amazônida cede a uma pressuposta configuração social, é um tipo de estratificação social, que segundo Monteiro (2004, p.26) “é constituída pela cabeça (amo), braços e mãos (rapazes, vaqueiros, índios) e ventre, pernas e pés (o padre, o médico, o pajé e os dois mascarados). Outro fator importante mencionado pelo autor é que o boi bumbá da Amazônia não é regionalista, o máximo que ele herdou da região foi a maloca de índios. O autor infere que “o último liame que sustentava o bumbá amazonense a uma fonte inspiradora, de natureza pastoril, foi desprezada pelo juízo mal orientado dos festivais (...)”. (p. 121)

⁶ Auto: Forma teatral de enredo popular, com melodias cantadas, tratando de assunto religioso ou profano, representado no ciclo das festas do Natal (...). Dos autos populares o mais nacional, como produção, é o Bumba-meu-boi, resumo de reisados e romances sertanejos do Nordeste. No Brasil as mais antigas menções informam que os autos eram cantados à portas das igrejas (...) depois levavam o enredo, com as danças e os cantos, nas residências de amigos ou na praça pública, num tablado. Alguns autos reduziram-se à coreografia, sem assunto (Câmara Cascudo, 2001, p.29-30).



Origem dos bumbás em Parintins

Também há outra vertente de discussão sobre o surgimento dos bois-bumbás, Vicente Salles (1970) formula a hipótese de que o bumbá na Amazônia, e inclusive no Maranhão, é contemporâneo ao bumbá do Nordeste, mesmo reconhecendo não existir documentação anterior ao ano de 1850 que comprove essa suposição. Para o autor, o boi da Amazônia “deve ter se estruturado na primeira metade do século passado - XX, (...) foi estruturado por escravos negros, negros líberos ou gente de ínfima categoria social, e se realizava na época junina (...)” (SALLES, 1970, apud BRAGA).

Ainda que muitos estudos tenham sido feitos para que se descubra a gênese do Boi no município parintinense, a produção sobre essa discussão ainda é incipiente. O que se sabe é o que é passado através de histórias contadas por pessoas que participaram do começo desta manifestação, pois os documentos de ambos os bois são datados do ano de 1980, ano em que essa manifestação ganhou ênfase a partir da interferência da imprensa e da prefeitura municipal. As associações folclóricas afirmam que ambos surgiram no ano de 1913, mas há versões contraditórias enquanto ao surgimento dos bumbás, têm-se apenas subsídios em alguns estudos feitos recentemente por alguns pesquisadores da área.

Há diversas dúvidas sobre o surgimento dos bois no que diz respeito de onde veio e quem foi a primeira pessoa a colocar esta brincadeira na Rua. As versões mais coerentes e a oficial, segundo os Bois são essas:

- *Boi Garantido:*

Conta-se que o criador do boi Garantido foi Lindolfo Monteverde, pescador e agricultor, morador do atual bairro de São Benedito, chamada de Baixa de São José. Na versão da família Monteverde, em 1915, Lindolfo com 13 anos de idade criou o boi para uma brincadeira de criança, ainda nessa época Lindolfo ficou gravemente doente, então fez uma promessa a São João Batista, que é homenageado dia 24 de junho, se ele fosse curado colocaria todos os anos o boi Garantido para dançar nas ruas e mesmo depois de sua morte, seus filhos levariam a brincadeira à frente. Assim, o boi Garantido surgiu como uma brincadeira de meninos e ao mesmo tempo como um boi de promessa. Braga (2002, p. 345), afirma: “(...) no dia 24 de junho, em homenagem a São João Batista, era organizada a ladainha, após a ladainha e mantendo sua promessa, Lindolfo Monteverde ofertava em sua casa comida (...)”.

Lindolfo era conhecido por sua capacidade de improvisar versos e conta-se que ele apreciava muito os folhetos que vinham do Ceará e do Maranhão, com versos de cantadores



nordestinos. Apesar de ser um homem humilde, tinha grande prestígio na comunidade e pode ser considerado um comunicador de folk como Beltrão (1980) define:

O comunicador de folk tem a personalidade característica dos líderes de opinião identificada (e nele, talvez, ainda mais aguçada) do que nos seus colegas do sistema de comunicação social. O líder-comunicador de folk é um tradutor que não somente sabem encontrar palavras como argumentos que sensibilizam as formas pré-lógicas que, caracterizam o pensamento e ditam a conduta desses grupos (p.35-38).

Atualmente, o conceito de comunicador de folk foi atualizado por teóricos que discutem as modificações no campo da folkcomunicação. Osvaldo Trigueiro (2008) chamou de ativista midiático e classifica-o como aquele que, através dos meios de comunicação é capaz de inserir a cultura “folk” dentro das pautas midiáticas, fazendo-se visível e tornando a cultura popular algo valorativo no contexto midiático, ultrapassando os limites de sua comunidade. Fazendo relação deste conceito atual com as características que Beltrão (1980) enumera, é perceptível que em essência, os conceitos em parte permanecem o mesmo. Luiz Beltrão afirma que o líder de folk tem:

“(1) prestígio na comunidade, independentemente da posição social ou da situação econômica, graças ao nível de conhecimentos que possui sobre determinados temas e à aguda percepção de seus reflexos na vida e costumes de sua gente; (2) exposição às mensagens do sistema de comunicação social, participando da audiência dos meios de massa, mas submetendo os conteúdos ao crivo de idéias, princípios e normas do seu grupo; (3) freqüente contato com fontes externas autorizadas de informação, com as quais discute ou complementa as informações recolhidas; (4) mobilidade, pondo-se em contato com diferentes grupos, com os quais intercambia conhecimentos e recolhe preciosos subsídios; e, finalmente, (5) arraigadas convicções filosóficas, à base de suas crenças e costumes tradicionais, da cultura do grupo a que pertence às quais submete idéias e inovações antes de acatá-las e difundi-las, com vistas a alterações que considere benéficas ao procedimento existencial de sua comunidade”. (p. 35)

- *Boi Caprichoso:*

A versão sobre o surgimento do Caprichoso é que ele foi criado pelos irmãos Cid, Roque da Silva Cid e Tomas Cid, vindos da cidade do Crato, Ceará, que teriam feito uma promessa também para São João. O compromisso era de que se eles obtivessem sucesso na procura por um emprego melhor em Parintins, homenageariam o santo com um boi-bumbá. Eles vieram para o Amazonas em busca de emprego nos seringais, mas quando chegaram aqui, a época áurea da borracha já estava em decadência - 1920. Os irmãos Cid se declaravam como artistas da arte popular, afirma Braga (2002). “É factível, portanto, que os irmãos Cid tenham chegado a Parintins



na primeira década do século XX, (...), se interessaram pela arte popular, sobretudo aquela representada no boi-bumbá de Parintins” (BRAGA, 2002, p.354).

Os irmãos Cid, assim como Lindolfo viviam de subemprego, eram de origem humilde, mas tinham grande capacidade de se comunicar com a comunidade, caracterizando-se também como líderes folkcomunicacionais e fazendo parte do grupo urbano marginalizado que Beltrão afirma:

(...) são caracterizados, sobretudo, pelo reduzido poder aquisitivo devido à baixa renda, pois esses grupos são formados por indivíduos que recebem baixos salários em empregos ou subempregos que não exigem mão-de-obra especializada (...). Os grupos urbanos marginais concentram-se em aglomerados de moradias (favelas) erguida em morros, alagados e terrenos baldios, que ocupam sem o consentimento dos proprietários, nos bairros periféricos das cidades e/ou áreas metropolitanas. (p.55)

Observa-se que as versões sobre o surgimento dos bois-bumbás fazem menção a uma promessa feita a São João, caracterizando-se na sua gênese como um fenômeno folkcomunicacional, pois Beltrão percebe nessas manifestações grandes oportunidades de comunicação, pois misturam o religioso e o profano, atualizando assim, a memória de um povo que participa dessas ritualísticas. Beltrão afirma que são nessas festas:

Que as populações marginalizadas têm outras ocasiões de relacionar-se com os seus e com o mundo exterior nas feiras, nas exposições agropecuárias regionais, nos mutirões e serões, em vaquejadas e rodeios, e em certos ritos de vida ou de morte ligados à incapacidade temporária ou definitiva do homem para o trabalho normal (p.44).

Deste modo, assumindo a perspectiva do Boi de Rua ainda possuir características folkcomunicacionais assumiremos a teoria de Luiz Beltrão, precursor dos estudos acerca da folkcomunicação para trabalhar o boi de rua, procurando atualizar esse conceito a partir de estudos atuais sobre esse campo comunicacional.

Folkcomunicação

A folkcomunicação é uma disciplina que se dedica ao estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. De acordo com a concepção do estudioso pernambucano, Luiz Beltrão (1980) entende-se a folkcomunicação como “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, idéias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (p. 24).



Partindo desse pressuposto, fundamenta-se o estudo sobre o Boi de Rua, a partir desta visão. O Boi de Rua possui características folkcomunicacionais, como as promessas, os ex-votos, que são elementos que fazem parte da cultura popular, que estão dentro desse sistema de comunicação. Sabe-se que a folkcomunicação valoriza diversas formas de diálogo. Esse processo comunicacional vem sendo trabalhado em determinados ambientes e que tem uma audiência selecionada, não são todas as pessoas que participam desse sistema comunicacional. Dentro do âmbito do boi de rua, busca-se encontrar que são essas pessoas, como elas se utilizam desse discurso, e como é configurado o ambiente em que os agentes folkcomunicacionais propagam suas idéias. Luiz Beltrão afirma ainda que:

(...) na folkcomunicação cada ambiente gera seu próprio vocabulário e sua própria sintaxe, e cada agente-comunicador emprega o canal que tem à mão e melhor sabe operar de modo a que seu público veja refletido na mensagem seu modo de vida, suas necessidades e aspirações, o enquadramento de qualquer parcela da comunidade em um desses grupos depende, antes do mais, de uma pesquisa das linguagens específicas utilizadas pelos indivíduos que a compõem e dos meios de expressão por eles utilizados. (p.40)

Beltrão classificou o público usuário desse sistema como marginalizados, essa expressão é suscetível de diversas significações e conotações dentro das ciências sociais. Ele empregou esse termo no sentido de mostrar que em um país como o Brasil, onde o nível de pobreza e analfabetismo é cada vez mais recorrente, o povo cria formas para se comunicar dentro dos seus ambientes, é a população que está à margem da sociedade. Ele ainda dividiu os marginalizados em três grupos, que são:

Os grupos rurais marginalizados, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual. 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. Os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente (Beltrão, p.40).

O boi de rua configura-se como um cenário propício para a busca da compreensão desses elementos, pois foram criados por agentes folkcomunicacionais, sempre valorizando aspectos de cultura popular, dentro da brincadeira os discursos que são passados, são discursos próprios e diferentes da fala que é empregada dentro do boi massificado, o ambiente se configura de uma maneira peculiar, pois é dentro dessa



ritualística que os grupos marginalizados conseguem expressar seu envolvimento com o Boi, seja através de ex-votos (promessas) ou com o acender de suas fogueiras.

Beltrão também conceitua ex-voto quando afirma que ele se manifesta por meio de quadro, imagem, fotografia, desenho, fita, peça de roupa, e outros utensílios que se oferece ou se expõe em capelas, igrejas, como resultado de um favor alcançado do céu (BELTRÃO, 2004 apud MARQUES DE MELO, 2008, p. 115). A partir desse conceito podemos inferir que o Boi se configura como um ex-voto vivo, sendo que na sua gênese, ele nasce de uma promessa feita a São João.

Considerações finais

Tendo como objetivo geral encontrar na manifestação do Boi de Rua, procedimentos folkcomunicacionais que resistem a tantas modificações, contatou-se na realização de duas etapas algumas destas características. A primeira e a segunda etapa da investigação permitiram-nos verificar os primeiros aspectos folkcomunicacionais ainda presentes nesta ritualística, mas somente a partir da terceira e quarta etapa é que poderemos fazer a comparação entre o passado e o presente da manifestação.

Neste artigo foram apresentados alguns resultados pelo quais já se esperava. O primeiro deles foi o de ambos os Bois - bumbás de Parintins terem nascido de uma promessa a São João, caracterizando-os como ex-voto, um dos conceitos desenvolvidos, sendo subsidiados por autores que discutem a Folkcomunicação. Deste modo, também se identificou a indissociabilidade entre sagrado e profano, a promessa seguida de danças e festas.

O cenário teórico proposto nos subsidiou para que nossas afirmações tivessem sempre respaldadas em teoria, para isso utilizamos vários autores que contribuem para o desenvolvimento do tema proposto.

Dessa forma podemos inferir que apesar da manifestação de cultura popular, o Boi de Rua, ter sofrido com algumas readaptações para se adequar a cultura de massa na contemporaneidade, ele reúne na sua gênese elementos e aspectos de Folkcomunicação, procedimentos reconhecidos nas falas dos comunicadores-folk o que nos permite caracterizar como um tipo de comunicação artesanal, a comunicação do povo, preservando desta maneira a memória e os costumes de seus fundadores. Vale ressaltar que quando Parintins é noticiada pela mídia, não se fala dessas manifestações, o ênfase dado é sempre ao espetáculo do Festival Folclórico que acontece no Bumbódromo. O



Boi de Rua é a gênese disso e é um tipo de manifestação de Cultura Popular que resiste ao tempo e se faz muito presente dentro do município.

REFERÊNCIAS

- BELTRÃO, Luís, 1918. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados** - São Paulo: Cortez, 1980.
- BRAGA, Sérgio Ivan Gil. **Os bois-bumbás de Parintins**- Rio de Janeiro: Funarte/ Editora Universidade do Amazonas, 2002.
- CASCUDO. Luís. da Câmara. **Comunicações & Problemas**, a. 1, n. 1, mar. 1965, p. 9-14. _____ . Dicionário do folclore brasileiro. – 11. Ed. – edição ilustrada- São Paulo: Global, 2001.
- HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na sociologia**- 12. ed. - Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- LARAIÁ, Roque de Barros, 1932- **Cultura: um conceito antropológico**- 24. ed. - Rio de Janeiro: 2009.
- MELO José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia de Folkcomunicação**- São Paulo: Paulus, 2008.
- MONTEIRO, Mário Ipiranga. **Boi-Bumbá- História, análise fundamental e juízo crítico**- Manaus: Edição do autor, 2004.
- NOGUEIRA, Wilson. **Festas Amazônicas - boi-bumbá, ciranda e sairé**. Manaus: Editora Valer, 2008.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**- Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- THOMPSON, Paul, 1935. **A voz do passado: História oral**; Tradução Lótio Lourenço de Oliveira- Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.