



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

---

**Análise Folkmediática do Festival Folclórico de Parintins<sup>1</sup>**

Lucely Cursino MONTEIRO<sup>2</sup>

Rina Rodrigues SALES<sup>3</sup>

Rosibel Xavier de SOUSA<sup>4</sup>

Kethleen Guerreiro REBÊLO<sup>5</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Parintins, AM

**Resumo**

Este trabalho fora desenvolvido para mostrar como o Festival Folclórico de Parintins<sup>6</sup>, dos bois-bumbás Garantido e Caprichoso, vêm sofrendo mudanças e adequações na expressão de seu folguedo. A referida manifestação cultural tem hoje aspectos da cultura de massa, o que a transformou em espetáculo e os dois bois em produtos mercadológicos. Mudanças nas características tradicionais de composição das toadas; utilização de equipamentos eletrônicos e musicais mais modernos e; adequação nos horários são algumas modificações. Diante dessa perspectiva, nos embasamos na Folkcomunicação, mais especificamente na Folkmídia (Marques de Melo, 2008) para contextualizar e ainda buscar entender de que modo a cultura popular relaciona-se com a cultura de massa e até que ponto os meios de comunicação se apropriam das manifestações populares para divulgarem suas mensagens.

**Palavras-chave:** Folkcomunicação; Folkmídia; Festival Folclórico; Manifestação Popular; mudanças.

**INTRODUÇÃO**

Todos os anos, no último final de semana do mês de junho, Parintins torna-se sede da maior festa popular a céu aberto do país. Em novembro de 2017, por meio do projeto de lei nº 5.609/16, o município recebeu o título de Capital Nacional do Boi-Bumbá, o que viabiliza contribuir de forma significativa no setor econômico do turismo,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP3 – Folkcomunicação Midiática da XIX Conferência Brasileira de Folkcomunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo do ICSEZ-UFAM, email: [lucelymonteiro@hotmail.com](mailto:lucelymonteiro@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo do ICSEZ-UFAM, email: [rinna.rodrigues999@gmail.com](mailto:rinna.rodrigues999@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Jornalismo do ICSEZ-UFAM, email: [rosibelxaviersousa@gmail.com](mailto:rosibelxaviersousa@gmail.com)

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo do ICSEZ-UFAM, email: [kethleengrebello@gmail.com](mailto:kethleengrebello@gmail.com)

<sup>6</sup> Município localizado a 369 Km de Manaus, capital do estado do Amazonas.



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

---

bem como incentiva o interesse de novos patrocinadores e investidores que passam a acreditar no potencial da festa.

Durante três noites de apresentações, os bois Garantido – que defende as cores vermelho e branco – e Caprichoso – defensor das cores azul e branco – disputam o título do festival folclórico. Tal disputa ocorre por meio da exploração das temáticas regionais como lendas, rituais indígenas e os costumes e cultura dos ribeirinhos, tudo isso através das alegorias, encenações e apresentações dos itens individuais e coletivos.

Ao longo desses 53 anos, a festa popular sofreu mudanças e adequações em sua realização e apresentação, ajustando-se aos padrões do mercado, da mídia, dos patrocinadores, dos turistas e da população, como o objetivo de tornar-se moderna e tecnológica. Desse modo, o presente trabalho buscou identificar de que forma essas modificações vêm acontecendo e como elas afetam a real característica e essência da manifestação popular, que anteriormente era realizada pelo povo e para o povo.

A análise comparou e identificou as mudanças ocorridas no festival. Embarcamos no contexto histórico e tradição da festa popular para mostrar que a adequação nos horários como o início e duração das apresentações, a utilização de modernos equipamento eletrônicos e tecnológicos, bem como a mudança nas características das toadas (músicas) compostas para a festa foram alguns dos itens modificados, o que afeta diretamente o simbolismo e ritualística, nascidos da própria manifestação cultural.

Portanto, para que fosse possível desenvolver determinada análise, realizamos uma breve discussão acerca da teoria da Folkcomunicação e utilizamos o conceito da folkmídia (MARQUES DE MELO, 2008) para contextualizar e ainda buscar entender de que modo a cultura popular se relaciona com a cultura de massa e até que ponto os meios de comunicação se apropriam das manifestações populares para divulgarem suas mensagens.

### **Folkcomunicação**

A teoria folkcomunicacional surge com as preocupações de Luiz Beltrão, acerca dos processos de comunicação nas esferas sociais consideradas marginalizadas.



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

---

Segundo o autor, o homem marginalizado é “um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente” (BELTRÃO, 1980, p.39). Ao acompanhar as diversas formas de se manifestar do homem do campo, bem como o ambiente onde ele estava situado, o teórico observou as formas utilizadas para a criação e desenvolvimento de processos comunicacionais que permitissem a propagação de seus conhecimentos, convicções e pensamentos e opiniões, pois, apesar de excluídos esses grupos “reelaboram a sociedade e suas relações apresentando uma visão própria a sua gente, diferente e as vezes questionadora da visão dominante e institucionalizada” (TESKE, 2010, p.674). Assim, as preocupações do autor estavam voltadas também para a comunicação, pois segundo ele:

Comunicação é o problema fundamental da sociedade contemporânea – sociedade composta de uma imensa variedade de grupos, que vivem separados uns dos outros pela heterogeneidade de cultura, diferença de origens étnicas e pela própria distância social e espacial (BELTRÃO, 2004, p. 27).

Dessa forma, Beltrão verificou que os grupos marginalizados, por não possuírem voz e participação ativa nas instituições políticas e comunicacionais, produzem e fazem uso de recursos próprios para se comunicar, criando, assim, outros métodos comunicativos. O autor identificou esses grupos excluídos socialmente, classificando-os em três conjuntos distintos:

1. os grupos rurais marginalizados, sobretudo devido ao seu isolacionismo geográfico, sua penúria econômica e baixo nível intelectual.
2. os grupos urbanos marginalizados, compostos de indivíduos situados nos escalões inferiores da sociedade, constituindo as classes subalternas, desassistidas, subinformadas e com mínimas condições de acesso.
3. os grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou a estrutura social vigente (BELTRÃO, 1980, p.40).

Por conseguinte, o teórico buscou entender os costumes, os meios utilizados para a comunicação e expressão desses grupos marginalizados e constatou que, mesmo sem acesso aos canais de comunicação convencionais, esses grupos utilizavam os meios populares e artesanais como veículos jornalísticos, ou seja, as informações orais es



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

---

escritas – dos cantadores, caixeiros-viajantes, da literatura de cordel, folhetos, dos símbolos religiosos (ex-votos) – bem como as manifestações religiosas, as festividades e danças, eram também, meios de comunicação populares, com capacidade de informar, educar e influenciar o meio social. Beltrão percebeu características folclóricas adotadas para a transmissão das mensagens desses grupos sociais, compreendendo a existência de conexões iminentes entre comunicação popular e folclore. Dessa forma, a folkcomunicação foi definida como “o conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações [...]dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através dos agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (BELTRÃO, 1980, p. 24).

Holhfeldt (2002), aponta os conceitos de folkcomunicação e manifestação folclórica e afirma serem distintos. Além disso, os aperfeiçoamentos à folkcomunicação, permitiram observações acerca de sua expansividade, uma vez que possui caráter teórico e metodológico, “que se localiza no campo da comunicação e transita pelo arcabouço metodológico da área das ciências sociais aplicadas” (SCHMIDT apud TESKE, 2010, p.683), o que possibilita que a teoria seja compreendida como:

o estudo dos procedimentos comunicacionais pelos quais as manifestações da cultura popular ou do folclore se expandem, se socializam, convivem com outras cadeias comunicacionais, sofrem modificações por influência da comunicação massificada e industrializada ou se modificam quando apropriadas por tais complexos. A folkcomunicação, portanto, é um campo extremamente complexo, interdisciplinar – necessariamente – que engloba em seu fazer saberes vários, às vezes até contraditórios, para atingir seus objetivos e dar conta de seu objeto de estudo. (HOHLFELDT, 2002, p.1)

Os estudos folkcomunicacionais, permitiram ainda, que Beltrão verificasse a existência do agente comunicador ou agente da folkcomunicação. Aprimorando as pesquisas de Lazarsfeld e Katz, o pesquisador avaliou o fluxo comunicacional intercorrente nos grupos sociais e culturais em estágios múltiplos, ou seja, o processo de comunicação dos meios aos líderes de opinião e dos líderes àqueles que estavam próximos e conviviam com eles (CASTELO BRANCO, 2011), criando cadeias de recepção e retransmissão. Conforme Beltrão, os líderes ou agentes da folk:



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

---

Nem sempre são autoridades reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, e, em geral, alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência (BELTRÃO, 1980, p.35).

Deste modo, o agente comunicador exerce influência por sua familiaridade com seu grupo e também porque serve de tradutor e mediador, que ao ter acesso às informações e conteúdos externos, interpreta, decifra e transmite esses conhecimentos a seu grupo, de forma familiar e clara, servindo de ponte entre os meios de comunicação e seu grupo.

Se na gênese da fundação dos bois, os idealizadores como os irmãos Cid<sup>7</sup> ou Lindolfo Monteverde<sup>8</sup>, constituíam os agentes *folks*, uma vez que estavam em contato direto com o povo e disseminavam suas ideias, estabelecendo elos comunicacionais via meios de comunicação populares, no festival de Parintins, o agente *folk* se fecha aos presidentes e as associações dos bois-bumbás, que estão constantemente em contato com a imprensa, pois devido a massificação sofrida pelo evento, esqueceu-se das características folclóricas da festa, que inicia muito antes do festival em si, com as quadrilhas, danças típicas e manifestações religiosas que formam o conjunto mantenedor do simbolismo próprio da cultura popular.

### **Folkmídia: conceito e aplicabilidade**

A folkmídia é uma ampliação do estudo da folkcomunicação e trata aspectos não abordados por Luiz Beltrão em sua teoria, como por exemplo, a comercialização de elementos da cultura *folk* pela cultura de massa e pela cultura erudita. Segundo D'Almeida (2004), a folkmídia surgiu com o objetivo de designar os canais específicos utilizados pelos comunicadores populares nas manifestações folclóricas. Desta forma, é “conveniente destacar o termo folkmídia como significativo de utilização de elementos folkcomunicacionais pelos sistemas de comunicação de massa” (LUYTEN, 2002 apud D'ALMEIDA, 2004).

---

<sup>7</sup> Antônio e Roque Cid, ao chegarem em Parintins, vindos do Ceará, realizaram uma promessa a São João Batista para obterem prosperidade na cidade e dessa promessa surgiu as brincadeiras de rua do Boi Caprichoso.

<sup>8</sup> Ao adoecer durante a juventude, prometeu a São João Batista que se fosse curado colocaria um boi na rua para alegrar a população, originando o Boi Garantido.



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

---

O estudo da folkmídia tenta estabelecer relações entre as manifestações da cultura popular e a comunicação de massa, em que a mídia é apontada como mediadora dos símbolos, retomando e fazendo releituras de elementos da cultura popular para adaptá-los e atualizá-los com o intuito de vender ou propagar algo. Quando falamos do festival de Parintins, essa apropriação vem acontecendo muito rapidamente com a transformação das manifestações em produtos midiáticos, por meio da espetacularização das culturas populares. Sobre essas transformações Marques de Melo (1998, p. 43) pondera que:

Estamos, portanto, em pleno processo de transmutação da nossa identidade cultural, compelidos a continuar importando padrões oriundos das matrizes da indústria mundial de bens simbólicos, mas também participando desse mercado internacional potencializado pela cultura massiva.

A massificação acontece de duas formas, no primeiro momento seleciona-se determinada cultura que se mantinha inativa até então e a mídia utiliza de métodos para atualizá-las, como por exemplo: introduzindo essas manifestações em uma novela ou até mesmo dando maior visibilidade nos meios de propagação disponíveis para que a comunidade se aproprie, ou melhor, se reaproprie das matrizes que são suas, mas que estavam esquecidas pela comunidade. Porém no segundo momento essa manifestação que já foi remoldada é vista pela cultura massiva como uma possibilidade de comercialização por meio da mídia, transformando-a em um produto mercadológico.

Trigueiro (2005) faz algumas considerações relacionadas a interação das culturas populares e midiáticas, em que uma está para nutrir as necessidades da outra.

A cultura popular está sempre aberta a setores de produção cultural, a outros significados, a novas práticas sociais, aos novos sistemas de comunicação. Estamos vivendo no mundo em que quase tudo se torna espetáculo. Vivemos numa sociedade midiaticizada onde as culturas populares são atrativos para o exibicionismo televisivo (...). Exemplo desses novos procedimentos são as ressignificações das festas populares, do artesanato, da culinária, das cantorias de viola, do cordel e de tantas outras manifestações da cultura (...) proporcionadas pelas novas lógicas de consumo do local, alavancadas pela televisão (TRIGUEIRO, 2005, p. 4).

Assim sendo, podemos perceber elementos da folkmídia no festival de Parintins, onde há a apropriação da tradição popular e a vinculação dessa imagem a produtos



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

---

mercadológicos ou às marcas que estão patrocinando a festa e para que se justifique o *merchandising* utilizam como argumento o fato do evento não se auto-sustentar e precisar dos patrocínios para subsidiar os gastos. Com isso a tendência é que as manifestações se tornem cada vez mais um produto midiático, em vez de serem a expressão humana baseada na cultura de um povo.

Por outro lado, Trigueiro defende a ideia de que essa apropriação é dada pelas duas partes:

A apropriação das novas tecnologias de comunicação pelos autores populares não é incompatível com os seus modos de produção cultural, assim como a apropriação dos meios de comunicação popular por autores “consagrados” na sua produção cultural. São incontáveis os exemplos de apropriação pela indústria cultural de elementos da cultura popular e vice-versa. Não existe novidade nesse sentido, é a velocidade dos acontecimentos, do consumo em escala mundial desses novos produtos culturais (TRIGUEIRO, 2005, p.70).

O autor afirma ainda que a mesma não é prejudicial e nem descaracteriza as manifestações culturais, pelo contrário, são essas reinvenções que as enriquecem e agregam novos valores, pois as manifestações estão em processos constantes de mudanças.

### **O Festival Folclórico de Parintins**

Durante três dias do ano, Parintins se torna alvo de milhares de pessoas do Brasil e do mundo e sobretudo dos veículos de comunicação. O festival de caprichoso e garantido, também é alvo de empresas que buscam patrociná-lo, com objetivo de lucrar com o evento, divulgá-lo e conseqüentemente, se auto promover.

No princípio, o festival folclórico buscava apenas divertir um grupo de amigos que faziam parte de um movimento da igreja católica local, e não tinham onde nem como se divertir, pois como todas as cidades pequenas do interior, faltavam opções. A ideia deu tão certo que o festival ganhou grande proporção tanto em criatividade quanto em divulgação.



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

---

O festival iniciou em 1966, na quadra da JAC (Juventude Alegre Católica), até 1975. Do 1º festival ao 9º, na JAC da Praça da Catedral de Nossa Senhora do Carmo. O 10º festival na JAC da Rua Jonathas Pedrosa. O 11º e 12º festivais na quadra da CCE (Comissão Central de Esportes), no parque das Castanholeiras (SAUNIER, 2003, p.201).

O que começou numa pequena quadra utilizando um tablado de madeira<sup>9</sup>, ganhou proporção tamanha, após a década de 1980 que foi necessária a mudança do local de apresentação da festa, dessa maneira, a construção do Centro Educacional Desportivo Amazonino Mendes em 1988, conhecido como bumbódromo, tornou-se inevitável,

[...] o 15º, 16º, 17º, festivais [foram realizados] no Estádio de Futebol Tupy Cantanhede. O 18º no Tabladão do Povo (antigo ereoporto). Do 19º ao 22º. Festivais no tabladão do Povo, cujo nome foi mudado para anfiteatro “Messias Augusto”. Do 23º festival (ano 1988), o Festival de Parintins passou para o Bumbódromo. Obra monumental do governador Amazonino Mendes. O Bumbódromo foi construído na gestão do ex-prefeito Gláucio Gonçalves. Sua área é de 10.000 m<sup>2</sup>, com capacidade para 50 mil pessoas. Estrutura em forma de cabeça de boi estilizada, mista de ferro e concreto pré-moldado. Foi inaugurado em 1988, no 23º festival. O complexo tem ainda pronto-socorro, 18 salas de aula, biblioteca, lanchonete e outros compartimentos. (SAUNIER, 2003, p. 202)

Após tais transformações, observa-se a caminhada do evento para alcançar as dimensões que hoje possui, passando a não se restringir apenas à população parintinense, uma vez que os bois-bumbás começavam a ser reconhecidos nacionalmente, ampliando assim, o leque de participação da população de outros lugares do estado, além de outras regiões do Brasil e do mundo, creditando visibilidade à cidade de Parintins, e mais do que isso, atraindo investimentos e recursos para a continuidade do festival, além de fomentar a economia local.

Com o passar do tempo, o festival folclórico de Parintins tornou-se um espetáculo grandioso a céu aberto, mais que uma manifestação popular, passou a ser expressão cultural de um povo que garantiu à cidade o reconhecimento das autoridades:

---

<sup>9</sup> Espécie de quadra com arquibancada de madeira utilizada para promover a festa.





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

---

O Congresso Nacional decreta: PROJETO DE LEI N.º 5.609 - A, de 2016. (Do Senado Federal). Art. 1º É conferido ao Município de Parintins, no Estado do Amazonas, o título de Capital Nacional do Boi Bumbá. Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação. (Coordenação de Comissões Permanentes - DECOM - P\_7341)

### **Mudanças no festival e cobertura midiática**

De acordo com Nogueira (2008) a transformação inerente à Festa dos Bois não é um fenômeno isolado. Trata-se de uma característica da modernidade atual, que tem o capitalismo com forte foco na cultura e nas representações populares, ou seja, festas como o festival de Parintins, a Ciranda de Manacupuru/AM e o Sairé de Alter do Chão/PA estão integradas ao capitalismo e apesar de expressarem sentimentos tradicionais e locais, configuram-se sob o domínio de leis mercadológicas,

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 (NOGUEIRA, 2008, p.54).

Com o advento da tecnologia muitos eventos e manifestações populares ganharam visibilidade e o festival de caprichoso e garantido também fez parte desse processo. As empresas de comunicação com posse das inovações tecnológicas ganharam espaço com a difusão do festival folclórico gerando renda e lucro, e uma vez transformado em produto vendável, o evento não poderia ficar no anonimato, pois o festival do bumbás,

[...] é conhecido internacionalmente, e, durante o mês de junho, chegam a Parintins visitantes de todo o mundo atraídos pela beleza e magnificência do [...] festival. Chegam ministro de Estado, políticos de todo o Brasil, artistas famosos, escritórios, poetas e a imprensa escrita, falada e televisionada de todo o mundo, que transmitem imagens, publicam matérias jornalísticas com fotos e anunciam fatos e novidades do folclore da Ilha Tupinambarana. (SAUNIER 2003, p. 201)



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

---

Desse modo, a cidade também se (re) organizou para melhor atender a demanda e acompanhar a multidão que prestigiaria o evento já conhecido em todo o país. As ações do governo do Amazonas tiveram influência direta para isso, uma vez que criação, e alguns anos mais tarde, ampliação do bumbódromo é exemplo disso, se previamente, o edifício foi pensado na multidão, especificamente as torcidas que dominam as arquibancadas, as obras posteriores e melhoramentos em sua estrutura, como aumento de cadeiras especiais e camarotes, visaram um público menor, mas não menos importante, os pagantes. Importa mencionar que a criação do bumbódromo se deu três anos após a abertura do sambódromo do Rio de Janeiro, logo a opção de nomear a obra parintinense nos moldes de outra criação já grandiosa, visava popularizá-la.

Dessa forma, a população parintinense, o turismo, a imprensa e patrocinadores contribuíram diretamente para a expansão do festival folclórico, e montado o cenário de propagação, os veículos de comunicação, principalmente televisiva, passaram a disputar pelo direito de divulgar a festa, cabendo à Rede Amazônica de Televisão a responsabilidade,

A primeira edição do festival folclórico foi transmitida ao vivo em 1994, pela TV Amazonas, afiliada da Rede Globo. Este contrato vigorou até 1999. No ano seguinte, a transmissão passou a TV Acrítica, afiliada ao SBT, um contrato firmado por três anos entre os dois e a emissora, por um valor de R\$ 1,2 milhão. Em 2001, o vínculo foi estendido até 2007. Neste período a transmissão ocorria na íntegra para toda a região norte e com flashes ao vivo. (FRAGATA; BUTEL; COSTA. 2017 p.8)

De certo modo, os veículos de comunicação que transmitem o festival não o fazem apenas pela divulgação do evento, ensejando torna-lo conhecido, mas vigora o fator econômico, uma vez que a partir do momento em que o evento despertou a atenção de empresas, o resultado financeiro tornou-se vantajoso, garantindo o direito de transmissão e formação parcerias. E se por vários anos só tinha acesso às transmissões do festival, quem possuía assinatura de TV, nos dias atuais, com a inserção de emissoras abertas, a transmissão se tornou acessível a uma grande parcela de telespectadores, fazendo com que tanto parintinenses quanto simpatizantes de outros lugares da região norte e do país inteiro, consigam assistir ao espetáculo.



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

---

Conseqüentemente, a composição do festival folclórico sentiu a necessidade de transformações e adequações à estrutura de produto cultural e mercadológico, a partir da amplitude alcançada diante dos meios de comunicação de massa, tanto nacional como internacionalmente. Segundo Catalão e Nogueira (2013) essa adequação foi fomentada principalmente depois da década de 1990, através do apelo do público, aliada ao incentivo dos patrocinadores e o crescimento do turismo na cidade, movimentando a estrutura social, política e econômica de Parintins, que demonstraram que o festival alçava status de grande fenômeno da indústria cultural e não mais simples de brincadeira de bois.

A partir disso, buscou-se a profissionalização dos trabalhadores (artistas plásticos, escultores, artesãos, aderecistas, soldadores, carpinteiros), bem como a capacitação artística dos profissionais (cantores, compositores e ritmistas), para que o festival melhor fosse apresentado ao público – essencialmente ao turista – no sentido de atraí-lo, avocando também investimentos e patrocinadores, tanto públicos quanto privados.

As transmutações alcançaram ainda a dimensão estética das apresentações, ou seja, na maneira como a festival era visual e sonoramente exposta ao grande público. Se inicialmente, a festa dos bois-bumbás buscou se diferenciar do bumba-meu-boi nordestino, captando para sua formação heranças da Amazônia, tais como a figura do índio e do caboclo presentes no discurso do festival de Parintins, segundo Silva (2009) com o passar dos anos, houve a necessidade por parte dos artistas de empregar novas formas de arte nos espetáculos dentro da arena, tais como elementos adquiridos de outras expressões culturais já consolidadas nacionalmente, que atraíssem a atenção do público, dos jurados e dos meios de comunicação de massa. Dessa forma,

Do carnaval de Olinda/PE, por exemplo, foram extraídos os bonecos gigantes; dos concursos de misses, as mulheres vestidas de maiô, faixa e coroa; das escolas de samba cariocas e paulistas, a exuberância das fantasias e os carros alegóricos, rebatizados de alegorias. Tais exemplos representam apenas uma parcela da constelação de elementos externos que foram incorporados à cênica dos bumbás. (SILVA, 2009, p. 7)



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

---

Percebemos, portanto, que as novidades inseridas no contexto do festival folclórico, com o objetivo de modernizar as apresentações dos bois-bumbás, alcançaram também caráter mercadológico, cuja finalidade era a de captar o gosto dos espectadores, bem como dos patrocinadores e, certamente, da imprensa. Esta última, representada pelas emissoras de TV, teve participação ativa nas mudanças sofridas pelo evento. Se nas edições passadas o festival tinha um tempo maior de duração, devido a programação dos canais de televisão e ao fuso horário, foi necessária sua adequação para que os veículos de comunicação transmitissem a festa.

Até 2002, cada boi tinha três horas para conduzir seu espetáculo, iniciando pontualmente às 20h30, terminando às 23h30 e com um intervalo de 30 minutos para a entrada do outro Boi. Em 2003, o tempo máximo de cada um foi reduzido para duas horas. Quem ultrapassar o tempo estabelecido pode ser penalizado na pontuação (VALENTIN, 2005, p. 106).

As datas da festa também sofreram ajustes necessários para se adequar ao gosto do público e da imprensa. Até o ano de 2004, o festival folclórico acontecia nos dias 28, 29 e 30 de junho, independente dos dias da semana, por determinação da lei municipal nº 336/2005-PGMP, a data foi transferida para o último fim de semana do mês de junho, uma vez que nessas datas o fluxo de visitantes na cidade era maior.

Nem mesmo os itens apresentados durante a festa, ficaram alheios às mudanças conferidas ao evento. Exemplos evidentes são Mãe Catirina, Pai Francisco e Gazumbá, elementos trazidos da cultura nordestina que representam o povo negro e são responsáveis pelo auto do boi, que perderam seu aspecto de item, uma vez que não concorrem, servindo apenas de figuras cômicas durante as apresentações. Assim como os tuxauas, incorporados da cultura indígena, cuja participação apesar de importante, tornou-se diminuta.

Os processos de transformações foram refletidos também na composição das toadas, ritmo característico da festa, que perdeu aspectos tradicionais e acompanhou o fluxo de mudanças ocorridas na estrutura do festival, sofrendo influência de outros ritmos musicais, as composições passaram, então, a compor um item comercial, cadenciado e estabelecido conforme padrões midiáticos, caracterizando a apropriação



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

---

por parte da mídia de elementos culturais difundidos no contexto popular, influenciando-os de acordo com segmentos da industrial cultural. Evidentemente, as conversões de toda a tradicional a ritmo moderno, responde ao apelo capitalista, uma vez que,

Atendendo aos apelos do mercado, os bambas passaram a produzir estilos dançantes adequados aos espetáculos de massa. Pressão nas bases tradicionais estancaram os testes com ritmos que distanciavam cada vez mais os bambas de suas raízes. Criou-se então um novo ritmo que se aproxima das exigências que vêm do mercado [...] (NOGUEIRA *apud* CARDOSO, 2013, p. 3)

Cardoso (2013) pondera, que a projeção do festival de Parintins frente os meios de comunicação de massa, foi crucial para as modificações inerentes às toadas, e mais do que isso, o prestígio alçado pela festa culminou mudanças significativas em todas as esferas inerentes não apenas ao evento em si, mas a Parintins, palco do desenvolvimento do festival.

### **Considerações**

Buscamos entender a importância da folkcomunicação para a compreensão acerca dos processos intercomunicacionais nas manifestações folclóricas e culturais, especificamente no Festival Folclórico de Parintins, bem como da recorrência da folkmídia, revelada pelos meios de comunicação de massa, que ao se apropriar dos elementos folkcomunicacionais presentes no evento, provoca mudanças significativas em suas estruturas.

Dessa forma, compreendemos que à medida que os *media* passaram a promover o intercâmbio entre a cultura popular, característica do festival, e a cultura de massa, eles contribuem para as (re) transformações ocorridas tanto na essência do evento, quanto em sua programação, agregando novos conteúdos e significados à festa tradicional. À vista disso, ambos desfrutam dos benefícios da troca, enquanto o festival, em sua composição, tomou para si a parafernália tecnológica dos meios de comunicação de massa para alcançar o status que hoje possui, a mídia, por sua vez, readequou seus



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

---

profissionais para que a cobertura do evento seja feita de maneira eficiente e atrativa. Conseqüentemente, há um processo de retroalimentação, pois ao mesmo tempo que o festival folclórico toma a mídia como um meio de divulgação global, a mídia o vê como um prêmio, que ao ser difundido gera retorno lucrativo.

Acreditamos ainda que se hoje o festival folclórico, unindo tecnologia contemporânea e fazeres populares, exerce a condição de produto mercadológico, as transformações ocorridas em seu interior se fizeram necessárias, não apenas para expandi-lo mundialmente, mas para garantir o fomento das estruturas sociais e econômicas de Parintins, que apesar dos recursos tecnológicos, reforça a cada ano sua identidade difundida na cultura popular.

### Referências

BELTRÃO, Luís. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

\_\_\_\_\_. **Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.

BENJAMIN, Roberto. **As festas populares como processos comunicacionais**: revisando o pensamento de Luiz Beltrão. Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional, Ano V, n.5, 17-24, jan/dez, 2001.

\_\_\_\_\_. **Folkcomunicação**: da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade. In: Revista Latinoamericana de Ciencias De La Comunicacion. N. 8-9 (5). 2008. Disponível em: <http://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/75/73>. Acesso em: 15 mai. 2018.

CARDOSO, Maria Celeste de Souza. **Toadas dos bois-bumbás**: memória e arquivo. In: REVISTA MEMENTO V.4, n.2, jul.-dez. 2013.

CASTELO BRANCO, Samantha. Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. Org. DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. 2. ed. – 5. reimp. – São Paulo: Atlas, 2011.

CATALÃO, Laranna Prestes; NOGUEIRA, Amélia Regina Batista. **O mundo do trabalho no festival folclórico de Parintins/AM**: primeiras aproximações teóricas. In: IV Jornada Internacional de Políticas Públicas. Cidade Universitária da UFMA, São Luiz – Mr. 20 a 23 de agosto de 2013.

D'ALMEIDA, Alfredo Dias. **Folkmídia**: A mediação da cultura popular pelos meios de



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

---

FRAGATA, Carlos Alberto; BUTEL, Gizelle; COSTA, João Ribeiro. Festival Folclórico de Parintins: imaginário, arte e cultura na Amazônia. Parintins –AM. 2017.

HOHLFELDT, A. **Novas tendências nas pesquisas da folkcomunicação:** pesquisas acadêmicas se aproximam dos estudos culturais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DAS CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – Intercom, 25., 2002. Salvador. Anais... Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista14/artigos%2014-1.html>. Acesso em: 15 mai. 2018.

<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/>

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular:** história, taxionomia e metodologia de Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

NOGUEIRA, Wilson. **Festas Amazônicas** – boi-bumbá, ciranda e sairé. Manaus: Editora Valer, 2008.

SAUNIER, Tonzinho. **Parintins Memórias dos Acontecimentos Históricos.** Editora Valer. Manaus - AM. 2003.

SILVA, Marivaldo Bentes da. **A espetacularização da festa do boi-bumbá de Parintins:** novos modos de produção artística. In: <https://portalseer.ufba.br/index.php/rcvisual/article/download/> Acesso em: 29 de mai. 2018.

TESKE, Wolfgang. Teoria da Folkcomunicação: da origem aos processos folkmediáticos. In: **Cultura Quilombola na Lagoa da Pedra, Arraias-Tocantins.** Brasília: Edições do Senado Federal, 2010.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediático.** Comunicação apresentada no Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares, Brasília, DF, 2005.

VALENTIN, Andreas. **Contrários:** a celebração da rivalidade dos bois-bumbás de Parintins. Manaus: Editora Valer, 2005.