

## **Evento Cultural O bumba-meu-boi de São Luís do Maranhão<sup>1</sup>**

Silvio Rogério R. CASTRO<sup>2</sup>  
Wanderson Ney L. RODRIGUES<sup>3</sup>  
Maria do Carmo Prazeres SILVA<sup>4</sup>

Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

### **Resumo**

Destaca as peculiaridades da cultura popular maranhense como evento cultural de grande repercussão da cidade de São Luís, capital do Maranhão, em especial o bumba-meu-boi. Descreve seu ritual, analisando suas características, as mudanças que tem passado e sua importância no ambiente do ciclo dos festejos juninos da cidade, comandados por Santo Antônio, São João e São Marçal. Recupera a história da cidade e seus aspectos culturais. Salienta o ciclo da festa, o auto, os brincantes, os sotaques do grupos.

### **Palavras-chave**

Evento; cultura; bumba-meu-boi; São Luís; festa

## **1 INTRODUÇÃO**

O bumba-meu-boi de São Luís do Maranhão se constitui, hoje, numa das manifestações populares mais expressivas em simbologias, mitos, ritmos, fábulas e magia, não sendo um evento isolado, mas apresentando abordagens da realidade de um povo, sustentando, inclusive, outras manifestações populares com as quadrilhas, os shows de cantores populares, inúmeras interpretações de danças como o Tambor de Crioula, o Lelê, a Dança do Coco, o Cacuriá. São as tradicionais festas juninas, com seus arraiais típicos, onde ruas, travessas, avenidas e becos – enfeitados de bandeirinhas, palmeiras de ariri, barracas de palha e fogueiras –, viram terreiros para brincadeiras de boi, num espetáculo de indescritível beleza.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT – Comunicação Organizacional, Relações Públicas e Propaganda, do Inovcom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências da Comunicação (ECA/USP).

<sup>3</sup> Especialista em Jornalismo Cultural (UFMA).

<sup>4</sup> Mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP).

## **2 O EVENTO**

Embora seja comum um vasto campo de atividades sob a capa desta expressão, em sentido restrito, o evento se refere, segundo ANDRADE (1996, p.34), “ao fato que pode gerar sensação e ser motivo para a notícia: o mesmo que acontecimento”. Desta forma, o evento é tratado como veículo de comunicação dirigida, constituído por uma especificidade da comunicação, que o autor define como “o processo que tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e freqüente com determinado número de pessoas homogêneas identificadas”. FERREIRA (1997, p.73) esclarece que “à comunicação dirigida cabe a elaboração da mensagem eficiente, eficaz e apta a produzir os efeitos desejados no público receptor”. Ele identifica o órgão, o setor, o profissional, enfim, o evento, como fonte produtora da mensagem; o receptor é o público que se pretende constituir e estimular por meio do veículo escolhido. Neste contexto, uma mensagem bem planejada e estruturada, e a escolha adequada do veículo, proporcionará uma resposta mais efetiva que, por sua vez, permitirá uma análise imediata dos efeitos produzidos. Assim, ANDRADE (1993, p.68) ao entender que “os veículos de comunicação dirigida têm por objetivo transmitir ou conduzir a comunicação para determinados tipos de públicos ou seções de públicos” corrobora com FERREIRA (1997, p.14) ao lembrar que “o primeiro passo para o sucesso de um evento é caracterizado pela determinação dos grupos identificados dos públicos”, sendo que nestas condições a comunicação dirigida disporá de mecanismos mais hábeis, mais diretos e ao menor custo para atingir públicos identificados. O evento pode ser entendido, então, como um conjunto de ações que objetiva atingir resultados qualificados e quantificados junto a um determinado público. “É a soma de ações previamente planejadas visando alcanças objetivos definidos junto ao público alvo”, observa CANTON (1997, p.19), que considera, pelo próprio significado da palavra, o evento como sendo todo fato ou acontecimento, espontâneo ou organizado, que acontece na sociedade.

### **Aspectos relevantes do evento**

A eficácia do evento está na dependência do uso adequado de um eficiente sistema de comunicação. Se a troca de informações estiver em desarmonia com a realidade dos fatos, idéias e opiniões, todo o esforços dos responsáveis pelo evento

serão nulos. O organizador de eventos não pode prescindir de conhecimentos técnicos, administrativos, de *marketing* e economia. Se o evento otimiza a busca por resultados quantificados e qualificados junto ao público-alvo,

Deverá o organizador de eventos ser um profissional com suficiente sensibilidade para captar as alterações do mercado, a fim de atingir o objetivo almejado, ser capaz de levantar novas dúvidas, novas possibilidades, olhar velhos problemas sob novos ângulos, enfim ter a imaginação criadora. (CANTON, 1997, p.21).

Quando se fala em eventos, a qualidade deve superar a quantidade. “É preciso saber separar as demandas mais abrangentes e os temas mais fortes das questões específicas, para não massacrar o público ou causar angústia, tornando a participação numa verdadeira maratona que só desestimula” (FREITAS, 1997, p.76). O evento tende a transferir ao público participante valores, normas e rituais daquele(s) que o realiza, servindo a interesses daquela organização, daquele ramo de atividade. Tem, portanto, função política, a ponto que, em excesso, desmoraliza a organização que constantemente os executa, correndo o risco de torná-los superficiais, distante dos empregados, dos concorrente, dos veículos de comunicação e da sociedade em geral. No Brasil, especificamente, os eventos representam uma área de serviços em desenvolvimento, para não usar o termo sub-utilizada. Isto se dá, talvez, devido à falta de infra-estrutura capaz de permitir aos seus promotores a disseminação de informações de forma ao ajuste do setor às tendências contemporâneas de um mercado com alto poder de alavancagem, muita competitividade e profissionalismo ao extremo.

Visto que, por sua importância, podem transformar os eventos em sucessos ou fracassos, alguns aspectos dos mesmos merecem ser otimizados, tais como: onde será realizado o evento? Qual tema? Qual a duração? Qual material será criado em função do tema? Quem participará do evento? Quais atividades ocorrerão? etc. Para que a realização do evento ocorra com o mínimo de falhas, necessita-se elaborar um plano de comunicação eficiente, dando ênfase às campanhas de grande impacto, mensagens objetivas, planejamento de divulgação e produção de peças criativas que estimulem a participação. Deve-se saber, ao planejar um evento, se o mesmo é realmente necessário para, caso seja adaptado às suas particularidades, estabelecer os cronogramas e fluxogramas diante dos atos programados, evitando confusões e permitindo seguir, com tranquilidade, a trilha do projeto elaborado.

## **Políticas e estratégias**

Dentro do universo das mais diversas áreas existem vários tipos de eventos, refletindo o esforço metodológico das áreas de interesse, delimitando duas partes distintas: a que produz e comercializa o produto ou serviço e a que compra e consome. A realização destes eventos proporciona a troca de informações, a atualização de tecnologia, o debate. Ao aproximarem os grupos de interesse, “os eventos estão contribuindo para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que estão gerando fluxos de deslocamento e visitação” (CARNEIRO & FONTES, 1997, p.72). O Evento Cultural, visto aqui como um acontecimento fora do comum, “algo que quebra uma cadeia de rotinas, despertando a atenção e merecendo a atenção provocada” (COELHO, 1999, p.301), tem sido criticado por pregar uma política de caráter alegadamente imediatista e, eventualmente, oportunista (por servir, ocasionalmente, para promover políticas, partidos, etc.). No entanto, não é fácil de ser posta em prática, bastando para isso que existam recursos econômicos. Mas, a quase ausência desses recursos e de recursos humanos à altura, somada à inadequação da burocracia governamental para o trato com as questões culturais faz com que essa crítica seja amenizada. O alcance multiplicador do Evento Cultural pode ser tão ou mais importante do que os efeitos das políticas culturais tradicionais. Estas, especificamente, compreendem atividades continuadas que prolonguem seus efeitos no tempo e no espaço, devendo ser capaz de prever os vazios a serem preenchidos pelos eventos que, “por sua singularidade, têm o poder de irrigar, com força de um impacto de variada natureza, o tecido cultural formal e a constelação informal de produtores e consumidores (espectadores despertados para novas possibilidades)”. (COELHO, 1999, p.301).

Campanhas intensivas de divulgação de eventos na mídia, tornam-no quase uma atividade massiva. Isto, no entanto, não deve desqualificá-lo. Cumpre-se o objetivo de promoção e divulgação de um bem ou serviço, utilizando-se das ferramentas e técnicas que respondam às expectativas e satisfações. Desta forma, influenciando o processo de conhecimento e posterior compra, aparece o evento. Dentro desta ótica, investigada e definida a necessidade do mercado consumidor (a demanda) e criados bens e serviços que satisfaçam (a oferta), torna-se necessário a criação de oportunidades e possibilidades para que tais produtos sejam conhecidos.

A captação de eventos para o núcleo receptor ou os eventos promocionais em núcleos emissores se completam com a elaboração de um calendário em que são registradas as programações dentro de cada núcleo (Festa do Peão Boiadeiro, festas religiosas, etc.) ou fora dele (exposições, congressos, etc.), que se caracterizam pela promoção, divulgação e comercialização desses núcleos ou são partes inerentes aos seus atrativos. (CARNEIRO & FONTES, 1997, p. 70)

### **3 A ILHA DE SÃO LUÍS**

Sede da capital maranhense, a Ilha de São Luís integra a ‘Agglomeração Urbana de São Luís’, da qual fazem parte ainda os municípios de Paço do Lumiar, São José de Ribamar e Raposa. Localiza-se a dois graus ao sul do Equador, encontrando-se bem ao centro do extenso litoral maranhense, entre as baías de São Marcos e São José, formando o Golfão Maranhense, separando-se do continente pelo Estreito dos Mosquitos. Fundada pelos franceses em 08 de setembro de 1612, tomada pelos portugueses em 1615, invadida mais tarde pelos holandeses em 1641, e retomada, definitivamente, pelos portugueses em 1644, São Luís é hoje a mais portuguesa das capitais brasileiras, e que guarda relíquias imensuráveis, de uma beleza incalculável, através de uma arquitetura colonial sem igual, “onde cada traço, cada vitral, cada azulejo é uma obra de arte exposta em um dos maiores museus ao ar livre do mundo” (REIS, 1999, p.32). À riqueza do acervo arquitetônico erguido pelos portugueses, o maior e mais homogêneo da América Latina, deve-se hoje o título de Patrimônio Histórico da Humanidade, concedido à cidade pela UNESCO, no final de 1997.

Conhecida como ‘Ilha do Amor’ ou ‘Cidade da Poesia’ e, mais recentemente, ‘Ilha Rebelde’, a capital do Maranhão guarda relíquias de uma beleza singular, através de uma arquitetura colonial ímpar. Em nenhuma cidade brasileira os portugueses fizeram uso de tantos azulejos – e aí eles estão por toda parte, nas fachadas, nos pátios, nas salas, nos corredores, nas escadarias e nas fontes, com padronagens variadas em forma de flores, bichos e motivos geométricos. Daí outra denominação pela qual é conhecida: ‘Cidade dos Azulejos e Sobradões’. Rica em logradouros históricos, prédios e monumentos, museus igrejas e fontes, sítios, vielas, becos e ladeiras, a cidade também possui manifestações lúdicas, folclore fértil, teatro, música, danças, bailes, feiras, brincadeiras coletivas, culinária típica e passeio. Suas ruas, becos e praças, dententoras de inusitados nomes, onde se tem o prazer de apreciar logradouros como rua da Inveja, rua do Sol, rua da Paz, rua dos Veados, rua do Giz e rua das Hortas; praça dos Amores, praça da Saudade, praça da Alegria, praça do Panteon e praça da Misericórdia;

beco da Bosta, beco do Mocambo, beco do Caga Osso, beco da Pacotilha, beco Escuro e beco da Prensa. Um passeio no tempo, descobrir os fascínios, desvendar mistérios, conhecer a história. Sentir a cálida maciez das areias das praias virgens que cercam a Ilha. Numa mistura de raças – portugueses, franceses, holandeses, índios e negros – cuja cultura se expressa no sincretismo das religiões, da culinária, das lendas, dos costumes, das danças e festas populares, que fez São Luís crescer e florescer como uma cidade singular inconfundível.

#### **4 O BUMBA-MEU-BOI**

Em São Luís, o bumba-meu-boi é parte essencial dos chamados Festejos Juninos, que giram em torno das figuras de São João, Santo Antônio, São Pedro e São Marçal, o que o diferencia das manifestações populares de boi que ocorrem em outros estados do Brasil, onde a festividade pertence ao Ciclo das Festas Natalinas, efetivando-se entre novembro e janeiro, na noite de Reis. Revelando-se como uma manifestação cultural viva, apresenta uma contagiante vocação lúdica, delimitada pelo entusiasmo coletivo que toma conta da cidade no mês de junho. Ainda que se origine de manifestações tradicionais populares de cultura local, o bumba-meu-boi oportuniza a atração e a atenção do público e da mídia. É, em geral, programado em todos os detalhes, sendo promovido, a priori, em data pré-estabelecida (mês de junho) – se bem que há apresentações em outras datas de interesse dos patrocinadores, dos políticos, das empresas, dos brincantes ou como simples acontecimento recorrente em movimentos festivos<sup>5</sup>. Caracteriza-se, pois, como Evento Cultural que, por mais tradicional e espontâneo que seja, tem se efetivado como tal, provocado por vias indiretas, sem, entretanto, sofrer qualquer desqualificação como festa, brincadeira.

Classificado como dança dramática<sup>6</sup>, o bumba-meu-boi constitui-se na manifestação popular mais expressiva do Maranhão, rica em alegorias, fantasias, mitos, coreografia e magia. O enredo do seu auto, apesar de sofrer algumas variações conforme a região e o grupo de boi, consiste de um pequeno drama ocorrido em uma fazenda, quando estando uma mulher negra grávida, Catirina, deseja comer a língua do boi de estimação, o mais bonito, do Coronel ou Senhor da fazenda. Para tanto, induz seu homem, Pai Francisco ou Chico, a matar o boi. Praticado o ato, Chico é perseguido e

---

<sup>5</sup> Constituídos como começo da festa, os ensaios do boi têm início no Sábado de Aleluia, entre meados e fim de abril, no final da quaresma, sempre à noite, estendendo-se até o dia consagrado a Santo Antônio, 13 de junho, o *último ensaio, ensaio geral* ou *ensaio redondo*.

<sup>6</sup> Classificação adotada no livro 'Obras completas de Mário de Andrade', v.3

preso pelos Soldados ou Índios, que chamam o curador ou Doutor e este, a muito custo, ressuscita o animal entre ruídos, danças e cantos, numa festa que se prolonga noite a dentro. “Bumba-meu-boi que se presa tem três cousas boas: o couro rico, um Chico espiritado e um batuque firme. E um cantador de peso” (LIMA, 1993, p.25). Embora cumprindo um lado místico muito forte, quando seus participantes rendem homenagens e pagam promessas aos santos, “identifica-se nos grupos de bumba um certo grau de respeito e amor pela figura do boi, mas não a ponto de transformá-lo num fetiche e nem de assumir uma atividade de idolatria” (CARVALHO, 1995, p.40). O que prevalece mesmo é a imagem de São João, funcionando o boi como um meio para chegar até Ele<sup>7</sup>.

A possibilidade idólatra do boi chegou a fechar as portas da Igreja de São João, em São Luís, aos brincantes de boi na cidade. Não foi possível aos padres estrangeiros assimilar a idéia da crença de que agrada a São João a organização de um bumba-meu-boi para prestar-lhe homenagem. “Em termos maranhenses, o bumba-meu-boi é quase uma forma de oração” (AZEVEDO NETO, 1997, p.95). No século XIX, essa manifestação popular era vista como uma brincadeira agressiva, barulhenta e atentadora da moral. Daí ter sido proibida, censurada, controlada e repudiada publicamente pelas classes mais abastadas, sendo reprimida pelos órgãos estatais, chegando a ser proibida a sua apresentação, por ordem da polícia, no período de 1861 a 1867. Essa aversão se deu, pode-se dizer, por ser uma brincadeira produzida efetivamente por negros, escravos, índios e alguns mestiços dos setores populares. “O bumba-meu-boi é o divertimento da gente de pé-rapado” (CASCUDO, 1984, p.151). Até a década de 40 do século passado, o bumba-meu-boi não se apresentava no centro da cidade, ficando restrito aos bairros da periferia. Essa situação reverteu-se gradativamente, sendo hoje reconhecido como uma manifestação da cultura popular, utilizada como mercadoria, consumida pelas famílias de bem, rompendo, inclusive, os limites físicos dos bairros, chegando ao centro da cidade.

Os bois maranhenses acham-se divididos em sotaques<sup>8</sup>, estilo individual de cada grupo, as formas, suas expressões predominantes, que varia conforme a concepção estética, organização e formas de apresentação. São quatro os principais sotaques identificados no Estado: o de *Zabumba ou Guimarães* (com acentuada presença

---

<sup>7</sup> O batizado do boi acontece no dia 23 de junho, véspera de São João, em pleno período junino. É um ato religioso onde os grupos consagram a São João a sua temporada de apresentações, e se renova o compromisso de cada participante.

<sup>8</sup> Sotaque diz respeito a ritmo, estilo individual que caracteriza os grupos de bumba-meu-boi. Ainda que sejam do mesmo grupo, são as toadas, a forma de representar o auto, o guarda-roupa, os instrumentos, o bailado e o ritmo que caracterizam cada boi.

africana, cujo ritmo se apóia em grandes tambores chamados zabumbas), o de *Orquestra* (de conteúdo basicamente europeu, marcado por um ritmo alegre, produzido por um conjunto de instrumentos sonoros), *Matraca* (musicalmente identificados pela presença de pandeirões e matracas<sup>9</sup> em grande quantidade, lembrando rituais indígenas) e *Pindaré* (caracterizados pelo toque mais leve e mais suavedos pandeiros e das matracas, além do guarda-roupa exuberante e riqueza de grandes chapéus rajados ornados de penas e fitas coloridas). O bumba-meu-boi do Maranhão é a “síntese bonita de três raças tristes (pseudo-tristes): a indumentária do branco, o atabaque negro, a coreografia indígena” (LIMA, 1971, p.2).

Ainda que, por questões variadas, o enredo do bumba-meu-boi possa apresentar alterações, suas personagens centrais pouco ou quase nada variam, permanecendo intocadas em suas estruturas. Constituem-se, basicamente, das figuras do *Amo* (Senhor), branco português que significa o poder; o *Pai Francisco*, negro, e sua esposa *Catirina*, cabocla, representando o elemento social dominado; e o *boi* ou *touro*. Mesmo que o nome, o caráter e a posição social da personagem varie, obedecerá sempre uma estrutura dramática, com um único conflito para determinar sua ação: a necessidade. Estruturalmente, as personagens básicas auto podem apresentar-se como “uma que tem, que pode e não precisa; uma que poderia ajudar mas não o faz; uma que não tem, não pode e precisa; uma que quer ajudar mas não tem condições para fazê-lo” (AZEVEDO NETO, 1997, p.94).

## **5 BUMBA-MEU BOI: EVENTO CULTURAL MAIOR EM SÃO LUÍS<sup>10</sup>**

No mês de junho, a cidade de São Luís vira um grande arraial a céu aberto, numa festa de cores, sons, danças e tradição. Por trás de cada chapéu de pena, cada couro de boi, cada tambor, estão as personagens que entregam suas vidas para festejar Santo Antônio, São João, São Pedro e São Marçal. São dias de intensa emoção, onde se canta e se dança ao som de matracas, zabumbas e pandeirões, produzindo um espetáculo grandioso de brilho, luz e cor. O bumba-meu-boi funciona como uma forma de comunicação popular ativa, de impressionante vitalidade, que serve de base para propagandas e publicidades institucionais; inspirações de poetas, seresteiros; enamorados; divulgação da imagem do Estado e da cidade; pauta constante dos meios

---

<sup>9</sup> Pequenos pedaços de madeira, utilizados como instrumentos de percussão, repinicando num som estridente.

<sup>10</sup> As apresentações públicas do bumba-meu-boi em São Luís ocorrem, intensivamente, de 23 de junho, véspera de São João, passando pelo dia de São Pedro, 29 de junho, encerrando-se no dia de São Marçal, 30 de junho. É um período de grande movimentação na cidade, com arraiais por todos os lados.

de comunicação. A capital maranhense se transforma num verdadeiro reduto de alegria e animação, formado por uma variedade de barracas de palhas que surgem em cada bairro, em muitas ruas, refletindo o humor e a descontração que marcam o período. Os freqüentadores dos arraiais terão sempre uma variedade de atração a sua espera, podendo se deliciar conhecendo a culinária típica da cidade a base de frutos do mar, cuxá, tapioca, pamonha e mingau de milho; beber os sucos e licores de frutas regionais, cerveja, cachaça e refrigerantes, em especial o Guaraná Jesus; além de apreciar danças como a quadrilha, o tambor de crioula, o cacuriá, dança portuguesa e o bumba-meu-boi, participando, caso queira, dos inúmeros forró, bailes, leilões, shows, bingos e outros mais, num movimento de pessoas que vai até o amanhecer. Tudo isso animado por um sistema de som com grande diversidade musical, muitos foguetes, fogueiras e bandeirinhas a emoldurar cada atração da noite. “Na verdade, o bumba-meu-boi é o grande destaque da festa, o seu animador por excelência, o seu maior catalisador de atenções” (CARVALHO, 1995, p.45). a sua presença é a mais solicitada, sendo ansiosamente esperado. É o boi quem domina mesmo tudo.

Como Evento Cultural, a brincadeira precisa de patrocínios, determinando seus valores conforme as características, do seu sucesso junto ao público, da atualização da tradição das danças e do teatro, da organização e novidade que apresenta anualmente, da seriedade e compromisso dos contratos, da sua visibilidade na mídia e dos relacionamentos que mantém a organização do grupo com políticos, empresários e pessoas do Governo. Argumentando que a ajuda na organização dos grupos de bumba-meu-boi é feita em forma de apoio ou colaboração, os órgãos oficiais doam menos do que o necessário à manutenção do grupo, quase sempre através da Lei Federal de Incentivo à Cultura, selecionando arraiais e grupos segundo a sua tradição, importância, capacidade de mobilização popular, organização e potencial de atrativo turístico-cultural.

O gosto de ludovicense (aquele que nasce em São Luís do Maranhão) pelas festas e sua contagiante vocação lúdica estão vivos. “Beleza de sons de zabumbas, pandeiros, pandeirões, dos maracás e matracas; beleza da poesia das toadas, beleza das gingas do boi” (MORAES, 1997, p.235). O bumba-meu-boi torna-se, então, um espetáculo, despertando interesse, chamando a atenção, fazendo sucesso. Brinca-se boi por devoção e prazer, espontaneamente pela ligação dos brincantes aos santos; mas dança-se o boi por força de um compromisso, a partir de um contrato que implica em dinheiro, prestígio e gera obrigações. Há um vínculo com autoridades, instituições e

empresas, quando o brincante se enquadra a uma determinada condição, devendo se conduzir dentro de parâmetros preestabelecidos. É quando o boi, enquanto produção cultural, transforma-se em mercadoria de consumo, acarretando em mudanças na dinâmica das apresentações, haja vista que um grupo tem que cumprir inúmeros compromissos – apresentações – por noite em função de contratos escritos ou verbais. É a consciência de que a sobrevivência da tradição depende de sua atualização – parafraseando CARVALHO (1995) e MARQUES (1999).

O ciclo anual do bumba-meu-boi tem seu fecho com a festa da morte do boi, onde ao mesmo tempo se comemora um bem sucedido ciclo da brincadeira, num sentido de despedida, constituindo-se numa espécie de festejo, celebrando a felicidade e a saudade, a alegria e a tristeza, o prazer e a dor, marcados pelo entusiasmo, a animação e a euforia. “ A matança do boi é uma irmandade” (PRADO, 1977, p.183).

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Observou-se neste artigo o bumba-meu-boi como significativa manifestação da cultura popular de São Luís, contextualizado como Evento Cultural de maior expressão na cidade por ocasião dos tradicionais festejos juninos, sem a pretensão, no entanto, de esgotar o assunto, mas tão somente compreendê-lo, cultural e socialmente, de forma a sugerir algumas reflexões. É uma manifestação que se baseia num ideal de relações intensas, espírito comunitário e afinidades, funcionando como agente aglutinador social, cumprindo o papel de pólo de influência não só para as pessoas que dele participam diretamente – os brincantes – como para os que estão indiretamente envolvidos: a audiência, políticos, empresários, organizações, governo, etc. O evento, ainda que com marcas do tradicional, não é uma manifestação fossilizada; ao contrário, encontra-se em pleno vigor, buscando a renovação, vivenciando experiências de assimilações de música, dança, artes plásticas e teatro, a partir de trocas com outras manifestações populares, ou da utilização de modernas tecnologias em favor da atualização e da sobrevivência. Desta feita, somente com estudos continuados sobre Evento Cultural, no sentido de Marketing Turístico, poder-se-á avaliar e analisar se o caráter mercantil do bumba-meu-boi trará conseqüências adversas à brincadeira, no sentido de sua descaracterização ou padronização. O momento é fértil para pesquisas e reflexões a respeito do assunto, na medida em que a apropriação de manifestações tradicionais de cultura, tidas como mercadorias culturais para a venda e consumo, pode

levar a grandes rompimentos entre a tradição e modernidade, ou mesmo à perda do sentido simbólico dessas manifestações populares de cultura. Tal ressalva se faz diante da nova realidade do bumba-meu-boi: agora produzido como espetáculo, apresentando-se apenas para dançar e cantar, atendendo aos interesses de quem pode financiar essa apresentação, enveredando na mercantilização do produto cultural, perdendo sua característica de dança dramática, sacrificando a apresentação do auto. Corre-se o risco de que, num futuro próximo, os elementos essenciais da brincadeira sejam inteiramente relegados, afetando suas raízes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Cândido. **Dicionário profissional de relações públicas**. Rio de Janeiro: Graal, 1999.

\_\_\_\_\_. **Para entender relações públicas**. 4.ed. São paulo: Loyola, 1993.

ANDRADE, Lauro Ruiz. **Bumba-meu-boi e outros temas**. Fortaleza: Edições UFC, 1985.

ANDRADE, Mário. **Danças dramáticas do Brasil**. Org. Oneida Alvarenga. Belo Horizonte: Itatiaia, 1982. (Obras completas de Mário de Andrade).

AZEVEDO NETO, Américo. **Bumba-meu-boi do Maranhão**. São Luís: Alumar, 1997.

BASTIDE, Roger. **Sociologia e folclore brasileiro**. São Paulo; Anhenbi, 1959.

BOGEE, Lpes & VIEIRA, Antônio. **Pregões de São Luís**. São Luís: Funcma, 1999.

BUMBA-MEU-BOI: poesia e tradição. **Vagalume**. São Luís: Sioge, mai./jun./jul./, 1993, p.25.

CABALAU, Clóvis. Cidade Refeita em Cores. **O Estado do Maranhão**, São Luís, 7 set. 1999, Alternativo, p.6.

CANTON, Marisa. Eventos: Estratégias Organizacionais. In: **Turismo em Análise**. São Paulo: v.8, n.1, p.18 – 30, 1997.

CARNEIRO, Janaína & FONTES, Nena. Turismo e Eventos: Instrumento de Promoção e Estratégia de marketing. **Turismo em Análise**. São Paulo, v.8, p. 65 – 74, 1997.

CARVALHO, Maria. **Marcas que desafiam o tempo: o bumba-meu-boi...** São Luís: [s.n.], 1995.

CASCUDO, LUÍS DA Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. São Paulo: Global, 2001.

CASTRO, Sílvio. **Evento cultural: o bumba-meu-boi de São Luís do Maranhão**. São Paulo, 2000. Dissertação (Mestrado) ECA-USP.

CESCA, Cleusa. **Comunicação dirigida escrita na empresa**. São Paulo: Summus, 1995.

COELHO, Teixeira. **Usos da cultura, políticas e ação cultural**. São Paulo: Cortez, 1998.

\_\_\_\_\_. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1999.

FERREIRA, Valdir. Comunicação dirigida: instrumento de relações públicas. In: KUNSCH, Margarida (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

\_\_\_\_\_. Evento como norma de comunicação dirigida aproximativa. **Turismo em análise**. São Paulo, v.8, p.13 – 17, mai., 1997.

FIGUEIREDO, Selma. São Luís, fonte de Eterna Inspiração. **O Estado do Maranhão**, São Luís, 6 set., 1999, Alternativo, p.8.

FREITAS, Sidnéia. Eventos: Estratégias do Mundo dos Negócios. **Turismo em análise**. São Paulo, v.8, p.75 – 80, mai., 1997.

ITEVALDO JÚNIOR, Ilha de todos os ritmos. **O Estado do Maranhão**. São Luís, 4 set., 1999, Alternativo, p.4.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 1986.

LIMA, Carlos. **História do Maranhão**. Brasília: Centro Gráfico, 1981.

\_\_\_\_\_. **Bumba-meu-boi**. São Luís: Sudema, Furintur, 1971.

MARQUES, Ester. **Mídia e experiência estética na cultura popular: o caso do bumba-meu-boi**. São Luís: Imprensa Universitária, 1999.

MORAES, Jomar. **Guia de São Luís**. São Luís: Legenda, 1995.

MUYLAERT, Roberto. **Marketing cultural e comunicação dirigida**. São Paulo: Globo, 1995.

PRADO, Regina de Paula Santos. **Todo ano tem: as festas na estrutura social camponesa**. Rio de Janeiro: Museu Nacional, 1977 (Dissertação de Mestrado/ UFRJ, mimeo).

REIS, José. **Folclore maranhense**. São Luís: Informes, 1999.

\_\_\_\_\_. **Bumba-meu-boi: o maior espetáculo popular do Maranhão**. Recife: Massangena, 1984.

VIEIRA FILHO, Domingos. **Folclore brasileiro**. Maranhão, Rio de Janeiro: Funarte, Companhia de Defesa do Folclore Brasileiro, 1977.

\_\_\_\_\_. **Breve história das ruas e praças de São Luís**. São Luís: Olímpica, 1971.