

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE TURISMO

A IMAGEM DE SÃO LUÍS CONSTRUÍDA NAS TOADAS DO BUMBA-MEUBOI DA MAIOBA NO PERÍODO DE 2000 A 2004

São Luís
2006

DALGLISH MESQUITA DE ARAÚJO

A IMAGEM DE SÃO LUÍS CONSTRUÍDA NAS TOADAS DO BUMBA-MEUBOI DA MAIOBA NO PERÍODO DE 2000 A 2004

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão – UFMA, para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

São Luís
2006

DALGLISH MESQUITA DE ARAÚJO

A IMAGEM DE SÃO LUÍS CONSTRUÍDA NAS TOADAS
DO BUMBA-MEU-BOI DA MAIOBA NO PERÍODO DE 2000 A 2004

Aprovado em ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Rozúila Neves Lima
Orientadora

1º Examinador

2º Examinador

A Deus, criador de tudo;
Aos meus pais, pelo apoio incondicional.

AGRADECIMENTOS

Agradeço:

Aos meus pais, Dalmir Sá de Araújo e Rosinete Mesquita de Araújo, que me apóiam em todos os momentos da minha vida;

À minha namorada Ynara Regina do N. Moura, pelo amor e apoio incondicional.

Aos meus irmãos, Dhália, Tiago e Carlinhos.

À minha avó paterna, Lili Sá Maques, importante folclorista do Maranhão.

Aos meus avós maternos Francisco Mesquita e Deusamar Moraes.

À Jocelino Santos Lopes e família, vizinho e amigo que serviu como elo de ligação junto ao presidente do Boi da Maioba, José Inaldo Ferreira.

À senhora Vera Lúcia Lopes e família, por ter disponibilizado material para esta pesquisa.

Aos professores, Conceição Belfort, que me sugeriu a problemática a ser abordada, Fabiana Lobato, Luis Antonio, Linda Maria, Mônica Araújo, Socorro Araújo, que me fez adotar um tema da área cultural e especialmente à professora doutora Rozuila Neves Lima que, praticamente me apresentou à semiótica para que eu pudesse enriquecer ainda mais esse trabalho.

À minha tia, professora doutora Francisca Ester Marques, pelo apoio.

Aos tios Fátima Araújo e Walber Barbosa, que estão sempre do meu lado .

À tia Ivonete, com quem morei alguns anos e tenho um carinho especial.

Meu tio Araújo (“Meu Jovem”), por quem também tenho um carinho especial.

Aos primos Elrick, Eglie, Segundo, Neryze e Marjorie.

Às tias Jorge, Cássia, Nalta, Carla, Teresinete, Zita, Cici, Darci, Antoniete, Milene e Mirane.

Ao meu tio Dio, que sempre dá aquela força tremenda.

Ao meu tio Washington Batalha, pelo apoio.

Aos meus primos (que são muitos).

Aos amigos Júnior Pombo, Marcelo Guayanaz, Higor Chefe, Leandro G. Freire, Bruno Lopes, Marquinho, Gustavo Lopes, Leonardo Veras e todos os outros.

*Se um dia nada mais restar em sua vida, não
cruze os braços, pois o maior Homem do
mundo morreu de braços abertos.*

(Anônimo)

RESUMO

Neste trabalho são abordadas as toadas do Boi da Maioba no período do ano de 2000 a 2004, procurando saber qual a imagem de São Luís que é construída nas suas letras. Para tanto, são abordados aspectos ligados à cultura popular, folclore e turismo. São apresentados ainda alguns aspectos inerentes à teoria das representações sociais, aqui consideradas de suma importância para o entendimento da manifestação do bumba-meu-boi como a construção de um ideário que é apresentado nas toadas.

Palavras Chave: Turismo; Folclore; Cultura Popular; Representações Sociais; Semiótica

ABSTRACT

In this work they are boarded toadas of the Boi da Maioba in the period of the year of 2000 the 2004, looking for to know which the image of São Luís that is constructed in its letters. For in such a way, they are boarded on aspects to the popular culture, folklore and tourism. They are presented still some inherent aspects to the theory of the social representations, considered here of utmost importance for the agreement of the manifestation of the bumba-mine-ox as the construction of a ideário that is presented in the toadas ones.

Words Key: Tourism; Folklore; Popular culture; Social representations; Semiotics

LISTA DE FIGURAS

Figura A – vaqueiros Boi da Maioba antes da apresentação.....	47
Figura B – caboclo de pena.....	47
Figura C – caboclo de pena.....	47
Figura D – índias.....	48
Figura E – caboclos e rajados do Boi da Maioba.....	48
Figura F – apresentação do Boi da Maioba.....	48
Figura G – Pandeireiros afinando os pandeirões.....	49
Figura H – chapéus de rajados e caboclos de penas.....	49
Figura I – Boi da Maioba.....	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 CULTURA POPULAR E TURISMO	13
2.1 Cultura popular	15
2.2 O turismo	18
2.3 A relação entre cultura popular e o turismo	19
3 CULTURA POPULAR COMO FORMA DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL	22
4 O BOI DA MAIOBA	26
4.1 O bumba-meu-boi	26
4.2 Histórico do Boi da Maioba	27
4.3 A relação do Boi da Maioba com a comunidade	29
4.4 Toadas e cantadores.....	30
30	
5 IMPORTÂNCIA DA IMAGEM DE SÃO LUÍS TRANSMITIDA NAS TOADAS	33
DO BOI DA MAIOBA PARA O TURISMO	34
5.1 Referencial teórico	36
5.2 Análise do objeto – toadas	36
5.2.1 Toada “Rainha Secular”	37
5.2.2 Toada “Boqueirão”	41
6 CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS	46
ANEXOS	46

Araújo, Dalglish Mesquita de.

A imagem da cidade de São Luís transmitida nas toadas do Boi da Maioba de 2000 a 2004 / Dalglish Mesquita de Araújo. __ São Luís, 2006.

38 f

Monografia – (Graduação em Turismo) Curso de Turismo – Universidade Federal do Maranhão – UFMA, 2006.

1. Turismo 2. Folclore 3. Cultura Popular 3. Representações Sociais 4. Semiótica – Código de Defesa do Consumidor I. Título.

CDU 398.87 (812.1)

1 INTRODUÇÃO

Quando o Governo do Estado do Maranhão lançou sua campanha de promoção do turismo cujo enunciado de uma das peças preconizava: “Brasil, um país de muitas culturas”, podemos perceber que o Maranhão é possuidor de todas estas culturas. E mais, podemos ainda afirmar que significativa parte da cultura maranhense condensa-se, de certa maneira, no Bumba-meu-boi.

Com efeito, rica e divertida, a manifestação cultural é abordada pelos mais diversos ramos de saberes, especialmente aqueles ligados às ciências sociais, como a sociologia, a antropologia, a psicologia, a economia e o turismo. É nesse último segmento que o objeto de nossa pesquisa se situa. A pesquisa tem como proposta identificar símbolos-ícone que constroem a imagem de São Luís extraídas das toadas do Bumba-meu-boi da Maioba, no período de 2000 a 2004. A escolha do tema dá-se pela necessidade de se mostrar a importância do Batalhão da Maioba, como também é conhecida essa agremiação, por contribuir para com o fortalecimento da imagem turística da capital maranhense através das letras de suas toadas.

Assim observado, este trabalho está estruturado em quatro capítulos que serão descritos a seguir. No primeiro capítulo são analisados alguns conceitos e considerações sobre cultura popular, turismo e a relação entre ambos. A pedra basilar dessa análise está nos escritos de autores que tratam do tema sob diferentes pontos de vista. Será abordada ainda a massificação do turismo e como essa massificação contribui para a divulgação de estereótipos que tentam representar a riqueza cultural de cada região e de cada povo escolhido como destino turístico.

No segundo capítulo apresentaremos um tema bastante complexo e controverso: a cultura popular como uma forma de representação social. Verificamos então que a teoria das representações sociais nascida no âmbito da psicologia e que aos poucos interpenetra outros ramos da ciência (especialmente das ciências sociais) apresenta uma nova forma de interpretação de comportamento dos indivíduos através de um ideário coletivo. Aqui, verifica-se como o sentimento de identidade de grupos de pessoas é tomado no seu sentido mais superficial, que é o sentido da imagem de si, para si e para os outros. Isto é, a imagem que uma comunidade de pessoas adquire ao longo da vida referente a ela própria, a imagem que ela constrói e apresenta aos outros e a si própria, para acreditar na sua própria representação, mas também para ser percebida da maneira como quer ser percebida pelos outros.

O terceiro capítulo é o delineamento para o objeto deste trabalho. Aqui se apresenta um breve histórico do Boi da Maioba, tendo como base o depoimento do Presidente deste grupo de Bumba-Meu-Boi o Senhor José Inaldo Ferreira. Verifica-se também a relação do Boi da Maioba com a comunidade local quanto aos seus aspectos sócio-econômicos.

Para a construção deste capítulo foi necessária a realização de uma pesquisa de campo.

Tal pesquisa se constituiu basicamente em visitas ao Terreiro do Boi da Maioba em pelo menos cinco ocasiões. Duas dessas visitas foram nos dias em que o referido Boi se apresentava na festa da Morte do Boi da Maioba de 2005, quando na ocasião foi observado o intenso comércio de diversos gêneros que acontece durante a festa. As outras três visitas realizaram-se em dias normais na comunidade da Maioba. Nestas últimas oportunidades verificou o trabalho desenvolvido pela Associação do Boi da Maioba junto à comunidade, bem como feitas as entrevistas com alguns componentes e com o presidente da agremiação, o Senhor José Inaldo Ferreira.

No quarto capítulo verifica-se a repetida inserção da imagem de São Luís transmitida nas toadas do Boi da Maioba direcionada para o contexto turístico. Na oportunidade observa-se a frequência com que essas toadas transmitem ao ouvinte uma imagem positiva da cidade e, nesse processo assume-se como instrumento de divulgação promocional, ou seja, como propaganda da sua riqueza cultural no sentido de atrair o turista. Nesse contexto, serão apresentadas algumas músicas, denominadas “toadas” pelos brincantes, que falam e mostram a capital maranhense, enaltecendo-a como uma cidade sedutora, provocante e tentadora pela sua riqueza idealizada no imaginário das letras dessas toadas.

No quinto e último capítulo as toadas serão analisadas sob a perspectiva da Teoria Semiótica Greimasiana, obedecendo a uma parcialidade da instância do Percurso Gerativo de Sentido - metodologia para aplicação da Teoria Semiótica - a saber: nível narrativo, nível discursivo e fundamental.

Neste capítulo, portanto, destaca-se o poder do Boi da Maioba de atravessar fronteiras e mostrar ao público diversos aspectos que de fato estão presentes na cidade de São Luís, como a sua geografia, arquitetura, cultura etc. Mesmo que a apresentação desses aspectos seja de forma idealizada, pode-se perfeitamente construir e reconstituir na mente a realidade ludovicense.

Todos os aspectos abordados nos capítulos deste trabalho monográfico estão inter-relacionados ao ideário de imagem que o Bumba-Meu-Boi da Maioba transmite através de suas toadas. Por isso, a razão de se observar as representações sociais que se encontram presentes nessa brincadeira. Tais representações têm uma correlação com a imagem e a simbologia que esta mesma imagem se transforma. Nesse sentido, nas considerações finais volta-se a colocar o tema em destaque, verificando que imaginário é este transmitido nas toadas do Boi da Maioba.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa de método monográfico realizada em duas etapas: a primeira é a pesquisa bibliográfica pertinente ao assunto, onde foram lidos condensados livros, textos e outros escritos sobre cultura popular, turismo, representações sociais bumba-meu-boi e a Teoria de Semiótica de Greimas; a segunda etapa é quase uma pesquisa de campo propriamente dita, pois é baseada em relatos de pessoas e observação do próprio Boi da Maioba durante as festas (especialmente na festa da “Morte do Boi da Maioba”). A metodologia utilizada, portanto, é a

indutiva, onde partindo de exemplos mais particulares podemos tecer algumas formulações mais gerais.

Acredita-se que esta obra abrirá caminhos para outras investigações, no sentido de colaborar para novas discussões no âmbito da cultura maranhense, pois o Bumba-meu-boi condensa uma gama de símbolos e significados.

2 CULTURA POPULAR E TURISMO

Neste capítulo abordaremos a relação entre o turismo e a cultura, especificamente a contribuição da cultura popular para o aporte turístico em um lugar, de como o turismo afeta o comportamento dos moradores desse mesmo lugar e os seus reflexos na sua cultura.

A diferença fundamental entre o homem e o animal é que enquanto o animal permanece mergulhado na natureza, o homem é capaz de transformá-la, tornando possível aquilo que chamamos de “cultura”. Nesse sentido, o mundo resultante da ação humana é um mundo que não podemos chamar de “natural”, pois se encontra transformado pelo homem.

Ora, a palavra cultura possui vários significados, tais como o de *cultura* da terra ou *cultura* de um homem erudito. Na antropologia e na sociologia, cultura significa tudo aquilo que o homem produz ao construir sua existência: as práticas, as teorias, as instituições, os valores materiais e espirituais. Se o contato que o homem tem com o mundo é intermediado pelo símbolo, a cultura é o conjunto de símbolos elaborados por um povo em determinado tempo e lugar. Dada a infinita possibilidade de simbolizar, as culturas dos povos são múltiplas e variadas.

Da cultura foram dadas e podem-se dar diversas definições, mas todas elas levam em consideração dois pontos de vista, segundo Mondim (1980, p. 176). O primeiro define cultura do ponto de vista subjetivo; o segundo vê a cultura do ponto de vista objetivo. Do primeiro ponto de vista, a cultura “[...] é o exercício das faculdades espirituais, mediante o qual elas são postas em condições de dar os frutos abundantes e melhores que sua constituição natural permite” (MATHIEU, apud MONDIN, 1980, p. 176). Nesse primeiro sentido, percebe-se que cultura equivale à educação, tal qual ela é definida atualmente.

Do ponto de vista objetivo, a cultura “[...] são os frutos adquiridos pelo homem mediante o exercício das suas faculdades, sejam espirituais, sejam orgânicas [...]” (MATHIEU, apud MONDIN, 1980, p. 177). Essa definição considera a cultura como um conjunto de significados e valores que formam o modo comum de vida dos homens, existindo tantas culturas quanto são os conjuntos desses significados e valores.

Essa acepção de cultura enquanto conjunto de significados e valores presentes na vida do homem, no entanto, só veio a florescer em um passado bem recente, mais especificamente com a

consolidação da sociologia e com o estabelecimento da antropologia cultural. Antes disso, o sentido de cultura possuía um caráter estritamente aristocrático, sentido este que começa a ser eliminado pelo movimento iluminista. A esse respeito, Abbagnano (2003, p. 228) lembra que “[...] essa palavra hoje é especialmente usada por sociólogos e antropólogos para indicar o conjunto dos modos de vida criados, adquiridos e transmitidos de uma geração para outra, entre os membros de determinada sociedade.” Nesse significado, a cultura assume um significado bem mais amplo que o registrado desde a Antiguidade até a Idade Moderna, que via a cultura como a formação do indivíduo em sua humanidade ou maturidade espiritual, passando a ser a formação coletiva e anônima de um grupo social nas instituições que o definem.

Essa acepção tem a vantagem de não privilegiar um modo de vida em relação a outro na descrição de um todo cultural. De fato, para um antropólogo, um modo de rústico de cozer um alimento é um produto cultural tanto quanto a música denominada erudita.

Entretanto, o senso-comum ainda hoje continua a usar o termo em um sentido reducionista e que é bastante combatido por sociólogos, antropólogos e filósofos que tratam do tema de maneira mais profunda. Em outras palavras, o senso comum costuma usar o termo “cultura” como sinônimo de sofisticação, sabedoria, erudição e educação. Cultura aqui é o equivalente ao volume de leituras, ao controle de informações, aos títulos universitários, chegando mesmo a ser confundido com inteligência, como se a habilidade para realizar certas operações mentais e lógicas fosse algo a ser medido ou arbitrado pelo número de livros que uma pessoa leu, as línguas que pode falar, ou a quantidade de obras de arte que pode, de memória, enumerar.

A respeito da conceituação de cultura e da crítica que se pode fazer sobre a visão reducionista do senso comum, Da Matta (1984, p. 48) observa apropriadamente:

[...] Quando um antropólogo social fala em "cultura", ele usa a palavra como um conceito chave para a interpretação da vida social. Porque para nós "cultura" não é simplesmente um referente que marca uma hierarquia de "civilização" mas a maneira de viver total de um grupo, sociedade, país ou pessoa. Cultura é, em Antropologia Social e Sociologia, um mapa, um receituário, um código através do qual as pessoas de um dado grupo pensam, classificam, estudam e modificam o mundo e a si mesmas. É justamente porque compartilham de parcelas importantes deste código (a cultura) que um conjunto de indivíduos com interesses e capacidades distintas e até mesmo opostas, transformam-se num grupo e podem viver juntos sentindo-se parte de uma mesma totalidade. Podem, assim, desenvolver relações entre si porque a cultura lhes forneceu normas que dizem respeito aos modos, mais (ou menos) apropriados de comportamento diante de certas situações. Por outro lado, a cultura não é um código que se escolhe simplesmente. É algo que está dentro e fora de cada um de nós, como as regras de um jogo de futebol, que permitem o entendimento do jogo e, também, a ação de cada jogador, juiz, bandeirinha e torcida. Quer dizer, as regras que formam a cultura (ou a cultura como regra) é algo que permite relacionar indivíduos entre si e o próprio grupo com o ambiente onde vivem. Em geral, pensamos a cultura como algo individual que as pessoas inventam, modificam e acrescentam na medida de sua criatividade e poder. Daí falarmos

que Fulano é mais culto que Sicrano e distinguirmos formas de "cultura" supostamente mais avançadas ou preferidas que outras. Falamos então em "alta cultura" e "baixa cultura" ou "cultura popular", preferindo naturalmente as formas sofisticadas que se confundem com a própria idéia de cultura. Assim, teríamos a cultura e culturas particulares e adjetivadas (popular, indígena, nordestina, de classe baixa, etc.) como formas secundárias, incompletas e inferiores de vida social.

Na verdade, observa este autor, todas as formas culturais ou todas as "sub-culturas" de uma sociedade são equivalentes e, em geral, aprofundam algum aspecto importante que não pode ser esgotado completamente por uma outra "sub-cultura". Ora, existem gêneros de cultura que são equivalentes a diferentes modos de sentir, celebrar, pensar e atuar sobre o mundo, e esses gêneros podem, de fato, estarem associados a certos segmentos sociais. Entre estes modos, talvez o mais amplo é o que se refere ao universo da "cultura popular".

Ora, é sabido que toda manifestação cultural e a própria cultura como um todo não são estáticas no tempo e no espaço, mudando de região para região, de uma época para outra e sociedade para sociedade. Tal fato não seria diferente na brincadeira do Bumba-Meu-Boi.

2.1 Cultura popular

Como o próprio nome já diz, a cultura popular é aquela que tem uma abrangência muito grande sobre a massa de pessoas de uma sociedade em determinada época e/ou determinado lugar. Dessa forma, a cultura popular é aquela feita no meio do povo, pelo povo e para o povo, se caracterizando pela "espontaneidade", já que é produzida pelos grupos sociais mais "simples", sem a imposição das camadas sociais ditas "eruditas".

Justamente por ser produzida no meio do povo, muitas vezes se confunde cultura popular com cultura de massa. Tal concepção se mostra equivocada na medida em que a cultura de massa é produto da assim chamada "indústria cultural", e esta não está interessada nos elementos culturais enquanto transmissores de costumes e valores de um povo, mas em criar e vender bens e idéias culturais.

Assim, enquanto na cultura popular os elementos de identidade, solidariedade e história de um povo, a cultura de massa procura criar necessidades no sentido de obter lucro. Em outras palavras, a cultura de massa é, de certa forma, fabricada pela indústria cultural, que para vender seus produtos procura seduzir e agradar seus consumidores através da criação de necessidades estranhas às pessoas. Surge assim o *kitsch*, o "brega", a moda,. Tais produtos são rapidamente substituídos pela indústria cultural assim que eles se desgastam e caem no esquecimento. Ao contrário, a cultura popular prevê uma certa durabilidade no tempo dos valores e costumes de um povo, que são transmitidos de geração para geração e sem grandes mudanças durante essa transmissão.

Outra confusão bastante comum é a que se costuma fazer entre cultura popular e folclore. De fato, alguns autores pensam a cultura popular apenas como um conjunto de objetos, práticas e concepções (sobretudo religiosas e estéticas) consideradas “tradicionais”, típicas do folclore. Entretanto, Marques (1999, p. 33) esclarece que:

Um dos aspectos que diferenciam a cultura folclórica da cultura popular é que esta é mais ampla, não se limita a crenças, danças, cantos, hábitos, mitos, ritos ou similares oriundos do folclore. A cultura popular abrange modos específicos de vivência e de comportamento, as relações de parentesco, a percepção de mundo, as práticas sociais e a interação individual e grupal, entre outras coisas.

Essa distinção entre cultura popular é compartilhada por outros autores, Belfort (2004, p. 8), por exemplo, informa com propriedade que:

[...] O folclore é um componente da cultura popular, mas não é a cultura popular como um todo. Talvez o elemento mais visível, porém não é o único. Além das danças, lendas, tradições, a cultura popular engloba artesanato, culinária, vestuário, artes, poesia, e o próprio cotidiano. A cultura popular, por estar disseminada no cotidiano das pessoas, constitui matéria rica a ser incorporada ao turismo.

Observa-se que existe nas duas distinções entre cultura popular e folclore certa similaridade, na medida em que apontam este último como um elemento da cultura popular. No entanto, enquanto a análise de Marques segue uma linha mais voltada para a sociologia, Belfort procura estabelecer um vínculo entre a importância da cultura popular como fator gerador da oferta turística.

No Maranhão, o folclore costuma ser visto pelo povo como mera distração, como uma “brincadeira”, para usar o termo bastante difundido por aqueles que fazem o folclore maranhense. Acontece que para os participantes de manifestações folclóricas, como o tambor de crioula e/ou o bumba-meu-boi, a festa ou a “brincadeira” chega a ser levada tão a sério pelos seus organizadores que acaba se transformando praticamente numa obrigação religiosa. De qualquer forma, o povo distingue religião, cultura popular e folclore e, nesta perspectiva, considera-se preconceituoso incluir a religião no domínio da cultura popular ou do folclore.

A expressão “cultura popular”, portanto, deve ser suficientemente elástica para que não se torne uma “camisa-de-força” teórica, válida para contextos históricos totalmente distintos. Perseguir um conceito menos refinado, mais amplo e totalizante é, metodologicamente, desprezar as especificidades e forjar um conceito a-histórico, mais parecido a uma “entidade” que atravessa toda a história, sempre igual a si mesma. Não existe cultura popular, nem cultura erudita: o que existe é

uma determinada cultura popular num contexto histórico específico que se relaciona de diferentes modos com uma determinada cultura erudita. São conceitos que só têm sentido dentro de uma análise histórica muito específica e quando refinados e constituídos através do procedimento empírico.

2.2 O turismo

De maneira geral, turismo é definido como o fluxo de pessoas a determinadas localidades que têm por finalidade a diversão, o descanso e o contato com outras culturas, constituindo um importante elemento de conhecimento e aproximação entre os diferentes povos e civilizações. Para Gimenes (2003, p. 3) “o turismo, fenômeno intimamente marcado pela multidisciplinaridade, caracteriza-se como uma atividade socioeconômica e cultural mundialmente reconhecida como instrumento de desenvolvimento social.”

Nesse sentido, o turismo, no lugar de competir com outras atividades econômicas, funciona como dinamizador dessas atividades, trazendo recursos que impulsionam os diversos setores econômicos de várias localidades. Ao gerar riquezas para esses locais, o turismo é portanto um importante recurso de desenvolvimento social, pois os recursos que o turista deixa nos locais que visita acabam revertendo para todas as camadas sociais do lugar.

Uma definição bastante ampla de turismo é abordada por Andrade (2000, p. 27), segundo esse autor:

“Turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento. É ainda, o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais.”

Vale ressaltar que o turismo pode ser definido a partir das características existentes em suas diversas formas. Assim, fala-se em turismo de massa, turismo alternativo, ecoturismo, turismo cultural etc., e o debate não se esgota na definição de cada uma dessas modalidades, não existindo, dessa forma, uma definição correta ou incorreta de turismo, pois todas contribuem de alguma maneira para aprofundar seu entendimento. No entanto, lembra Sancho (2001, p. 35), “é necessário criar um marco conceitual que atue como ponto de referência para que, entre outras coisas, possa elaborar boas estatísticas turísticas.” Esse marco é necessário devido à grande pluralidade de conceitos estabelecidos para o turismo, tornando difícil expressar a importância da atividade em sua plenitude.

Nesse sentido, destaca-se a definição adotada pela Organização Mundial do Turismo

(OMT), que une praticamente todos os pontos positivos dos conceitos estabelecidos em diversas épocas e lugares, uma vez que formaliza os aspectos da atividade turística. Segundo a OMT (apud SANCHO, 2001, p. 38), “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, negócios ou outras.”

Sendo um fenômeno social complexo e diversificado, existem diversos tipos de turismo, que podem ser classificados através de diferentes critérios, sendo um deles o turismo cultural, que está inserido no objeto de estudo deste trabalho. Segundo Barreto (1995, p. 21):

O turismo cultural, no sentido mais amplo, seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto *turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem.*

Tal definição abre um leque bastante amplo sobre a oferta do turismo cultural, pois entram vários elementos que constituem a cultura de determinado povo, tais como a arte, os produtos típicos, a arquitetura, a história, o folclore etc. A respeito do folclore, é preciso que se aponte o perigo da sua “artificialização”, pois, ainda de acordo com Barreto (1995, p. 21), “[...] o que normalmente mostra-se às pessoas sob o rótulo de ‘folclore’ ou ‘típico’ são estereótipos, mostra-se uma cultura inventada, *for export*; chega-se ao ponto de contratar pessoas para ficarem vestidas de índio, onde não há mais aborígenes.”

2.3 A relação entre cultura popular e o turismo

Toda e qualquer relação que envolva a cultura, em sentido positivo na acepção do termo, deve (ou deveria) ser de ordem pedagógica. Em outras palavras, a cultura tem um papel e uma função nas sociedades humanas: a de ser um elemento de socialização e transmissão de conhecimento.

Observada dessa maneira, a cultura e o turismo se complementam na medida em que aquela é fator de desenvolvimento do segundo. Com efeito, a cultura de um local – que envolve um leque enorme de possibilidades, que vai desde as manifestações folclóricas aos objetos de arte – já há muito tempo funciona como atrativo turístico. Tal fato é comprovado quando se observa o afluxo de pessoas às diversas regiões históricas do globo, bem como às localidades que possuem manifestações culturais mais elaboradas e ricas, como é o caso das festas que seguem um calendário regular (caso do carnaval carioca e das festas juninas no Nordeste brasileiro).

Ora, o turismo é também, em sua essência, uma prática relacionada às diversas

atividades e movimentos de uma sociedade. Contudo, para que esse fenômeno se desenvolva, é preciso identificar as inúmeras atividades culturais encontradas nas diversas sociedades. Quais sejam, as tendências que se originam a partir de costumes do sistema onde existe toda uma noção fundamentada na prática e herança de valores resgatados nos diversos fenômenos sociais.

Esse aspecto negativo do turismo pode fazer desaparecer, com o tempo, características essenciais de uma comunidade, na medida em que os anfitriões, para atender à demanda turística, seguem, pouco a pouco, adequando o seu cotidiano às necessidades dos grupos visitantes, a ponto de perder seus referenciais. E assim, procurando satisfazer o cliente, vai deixando de lado as suas próprias necessidades ou desejos simbólicos

Aqui, o fenômeno turismo deve ser analisado levando em conta dois elementos importantes: o interesse dos turistas e o interesse da localidade que os recebe. Os primeiros procuram regiões que oferecem atividades que ocupem seu tempo livre e que atendam a seus interesses. O segundo busca atrair os turistas para ocupar o tempo livre dos mesmos, seja por meio das atrações que já possui, seja por aquelas que porventura possa criar.

O relacionamento entre essa duas partes produz resultados que faz com que o local visitado se desenvolva economicamente, isso na medida em que a localidade se organiza e dinamiza o setor turístico. É justamente nesse ponto que o turismo começa a produzir seus resultados, como o aumento do consumo de bens e serviços, o aumento da oferta de empregos, a elevação do nível social da população e ainda o aparecimento de empresas dedicadas ao setor.

Por outro lado, o turismo é, também, uma atividade que movimenta um mercado muito amplo ligado à indústria cultural. Nessa medida, para que seja atraente do ponto de vista da clientela turística, exige-se que as manifestações culturais de uma determinada comunidade estejam de acordo com as expectativas da clientela turística. Tal fato acaba por originar um comportamento totalmente diverso daquelas manifestações culturais originárias desta ou daquela sociedade, é o que se denomina de “artificialização da cultura”.

Nesse contexto, a exploração comercial da cultura popular mediante sua conversão em atrativo turístico tem sido apontada como a opção que mais assegura a sua reabilitação e conservação. A cultura passa então a ser tratada de forma mercantil, como mercadoria e bem de consumo e, portanto, deixando de ser pensada apenas por sua importância coletiva para os moradores, enquanto lugar de memória. É justamente tal caráter de identidade que passa a ser valorizado pelo empreendedor como o diferencial do empreendimento turístico.

Ao ser configurado em atrativo turístico, com o rótulo de autenticidade, entram em cena interesses financeiros que podem comprometer a sua relação identitária com o morador, isso na medida em que tais ações não se encontrem contextualizadas ao passado ou às experiências sociais da comunidade.

Como já foi dito, a implantação da atividade turística envolve riscos que são próprios da atividade: as trocas sociais e culturais podem desencadear rupturas, em decorrência de processos de reelaboração de conteúdos simbólicos que passam a ser atribuídos aos bens pelos empreendedores.

Essa situação identificada vem ao encontro dos desafios da globalização, que tem como consequência a descaracterização das manifestações culturais locais. Consequências dessa natureza exigem respostas rápidas, no âmbito da gestão de políticas culturais, que passam pelo reforço do fortalecimento das identidades e por posicionamentos baseados na diferenciação. Assim, quanto mais autêntico, obedecendo à sua característica regional mais competitivo é o produto cultural.

É justamente para evitar o desenraizamento dos moradores com o seu patrimônio cultural, que se faz necessário facilitar o acesso educativo-cultural, estabelecendo processos de interpretação dos bens cuja metodologia envolva a comunidade, de forma que os tornem guardiões de seu passado, além de uma política de preservação e proteção dos bens e das manifestações culturais, evitando-se a realização de atividades que comprometam sua conservação e artificializem a própria manifestação.

Em sentido diametralmente oposto, o turismo deve consistir numa tentativa de se encontrar em outros lugares, junto a outros povos, em diferentes culturas, a experiência genuína que não mais vivenciam em sua sociedade. Em suma, o turismo se constituiria na linguagem pela qual se articularia um conjunto importante de valores da vida moderna, por meio do qual se estaria vivenciando a possibilidade de ir ao encontro do outro.

Nessa perspectiva, o turismo não se esgota na vivência de experiências sensíveis, de emoções inusitadas e excêntricas, mas, para além do momento presente, ele se realiza em um fim que é o seu relato. A narrativa deve ser o elemento que dá sentido à experiência do turista, é o que torna o deslocamento (e tudo aquilo nele implicado, como a aventura, o desconforto e, ao mesmo tempo, o contato com o inusitado, o prazer e o deslumbramento), referência para o espírito, satisfação dos sentidos e possibilidade de conhecimento, seja de si mesmo ou do outro. As lembranças, na forma de memórias escritas, das anotações em seu diário ou de imagens congeladas em fotografias, são a razão de ser da viagem, ela existe em função dessas diferentes formas de relatos.

O turismo como experiência de constituição permanente de um relato futuro pode, nesse sentido, ser o elemento que afirme a identidade na medida em que desencadeia, reforça e reproduz impressões, sentimentos e conhecimentos dos grupos nativos sobre si mesmos e sobre o "outro". Para que isso ocorra, no entanto, o fazer turístico deve ser um processo aberto a todos. Ele deve visar tanto os viajantes quanto a população nativa. Deve ser uma experiência de inclusão, em que os próprios trabalhadores do turismo e os grupos que se apresentam ao turista tenham a oportunidade de participar como agentes, dotados de autonomia e direitos, e como viajantes eles próprios, como

turistas em busca de seu passado e de sua cultura.

3 CULTURA POPULAR COMO FORMA DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL

Dentre os teóricos que escreveram e escrevem sobre representações sociais, citamos Jodelet (1994 p. 174), que apresenta um conceito que vem ao encontro dos pensamentos do autor deste trabalho. Segundo ela, representações sociais são imagens compartilhadas que condensam um conjunto de significados, ou seja, “[...] sistemas de referência que nos permitam interpretar a nossa realidade e inclusive dar um sentido ao 'inesperado'; categorias que servem para classificar as circunstâncias, os fenômenos e os indivíduos com os quais mantemos relação”.

As representações sociais são, portanto, esquemas mentais ou imagens que as pessoas utilizam para fazer sentido do mundo e para se comunicar, ou seja interagir com os outros. Como destaca Moscovici (1994, p. 38), “[...] as representações se estruturam a partir de dois elementos tão indissociáveis como a frente e o verso de uma folha de papel: a face figurativa e a face simbólica.” Dessa maneira, por um lado, a cada imagem está associado um conjunto de significados e, por outro, que os significados tendem a se condensar.

É justamente por se tratar de uma teoria que busca explicar a realidade baseada apenas na interpretação de significados que são em grande medida apenas figurativos, que a noção de representação social teve muita dificuldade de se fazer aceitar, sofrendo muita resistência.

Ainda de acordo com Moscovici, essa dificuldade desaparece quando se leva em conta alguns pontos que são mal compreendidos e, por isso mesmo, combatidos. Entre tais pontos, Moscovici (1994, p. 11) destaca o seguinte:

O papel que a teoria das representações sociais confere à racionalidade da crença coletiva e sua significação, portanto, às ideologias, aos saberes e ao senso comum. Com efeito, nós os tomamos imediatamente como sistema coerentes de signos. Ou então, tratamo-los como imagens, vizinhas de uma práxis e de um ritual que têm existência de modo independente, em virtude de um princípio imanente. Aqui se encontra uma contradição com a maioria das concepções, científicas ou não, que assumem essa racionalidade do conteúdo da crença e das concepções coletivas como enviesada, ou não racional, quando comparado ao conteúdo da crença e das concepções do indivíduo. Isso está ligado ao “pressuposto da irracionalidade”, de que fala Laudan. Esse pressuposto conduz à busca de uma explicação social, e sociológica, somente para as formas de pensamento racional., e uma explicação individual e lógica às formas de pensamento racional. [...] Isto que dizer que as representações sociais são racionais, não por serem sociais, mas porque elas são coletivas. Para dizer as coisas brevemente, é somente dessa maneira que os homens se tornam racionais, e um indivíduo isolado e só não poderia sê-lo [...].

Por essa análise, a representação social refere-se ao posicionamento e localização da consciência subjetiva nos espaços sociais, com o sentido de construir percepções por parte dos indivíduos. Nesse contexto, as representações de um objeto social passam por um processo de formação entendido como um encadeamento de fenômenos interativos, frutos dos processos sociais no cotidiano do mundo moderno. Em função disso, os processos que engendram representações sociais estão embebidos na comunicação e nas práticas sociais, como diálogo, discurso, rituais, padrões de trabalho e produção, arte, em suma, cultura.

Sendo uma teoria relativamente inovadora e, por isso mesmo, bastante controversa, um dos poucos consensos entre aqueles que debatem sobre este assunto diz respeito às representações sociais se manifestarem em palavras, sentimentos e condutas e se institucionalizam, podendo assim serem analisadas a partir da compreensão das estruturas e dos comportamentos sociais. A sua mediação, entretanto, é a linguagem, tomada como forma de conhecimento e de interação social.

No âmbito da cultura popular enquanto forma de representação social, pode-se dizer que esta última traduz em certa medida um pensamento que é fruto da vivência das contradições que permeiam o dia-a-dia dos grupos sociais que manifestam cultura popular. Na verdade, a realidade vivida é também representada e através dela os atores sociais se movem, constroem a sua vida e explicam-na mediante seu estoque de conhecimentos.

Além disso, as representações sociais possuem núcleos positivos de transformação e de resistência na forma de conceber a realidade. Por isso, devem ser analisadas criticamente, uma vez que correspondem às situações reais de vida. Neste sentido, observa Minayo (1995 p. 109), “[...] a visão de mundo dos diferentes grupos expressa as contradições e conflitos presentes nas condições em que foram engendradas. Portanto, tanto o ‘senso comum’ como o ‘bom senso’ são sistemas de representações sociais empíricos e observáveis [...]”.

Importa saber que as representações sociais geralmente podem ser explicadas através das condições sócio-culturais e da dinâmica estrutural de um grupo. E enquanto elemento explicativo da cultura popular, as representações sociais funcionam como uma espécie de sistema cultural que procura interpenetrar outros sistemas, ao mesmo tempo em que busca a todo custo preservar os elementos constitutivos de sua própria estrutura. É justamente essa característica que permite que a cultura popular seja *per si* tomada como a forma de representação cultural por excelência.

Fazendo uma ligação com base nessas características inerentes à cultura popular, e observando que o bumba-meu-boi é, de fato, representante da cultura popular enquanto manifestação de uma sociedade espaço-temporalmente determinada, podemos dizer que é através da representação social que os grupos ampliam sua capacidade de criação e imaginação, adotando para si uma imagem singular. A consequência mais marcante desse processo é que, ao atingir a maturidade criativa, o grupo adquire a capacidade de perceber-se como símbolo vivo e dinâmico,

condensado por sentidos que lhe preenchem a existência. Marques (1999 p. 89), aliás, faz a seguinte observação no que toca aos sentidos aqui referidos:

[...] Sentidos originários, transitórios e midiáticos constituídos por um fundo arcaico e constituidores da natureza simbólica do grupo e da sua necessidade em estabelecer relações de reciprocidade com outros atores sociais, garantindo a reversibilidade dos lugares de fala. Sentidos que, ora reforçam a origem e autenticidade dos seus aspectos básicos de criação; ora permitem-lhe a adotar *performances* distintas para transitar nos vários ambientes sociais, sem descaracterizar sua natureza simbólica, e ora garantem-lhe a visibilidade e transparência como acontecimento no espaço midiático.

Embora a autora se refira à questão do sentido em relação ao espaço midiático, podemos perfeitamente correlacioná-lo à teoria das representações sociais, na medida em que as representações são formas de dar sentido a desejos, ações, percepções etc., tudo isso dentro da estrutura lingüística que determina a maneira como os grupos se expressam. Vejamos, portanto, como Marques (1999 p. 89-90) aborda aquilo a que chama *constituição simbólica do sentido*:

A caracterização mais comum que a palavra sentido dá a entender é a de pressuposto da enunciação, do ato de falar e dizer alguma coisa. Enquanto a significação funciona como a regra de organização das unidades lingüísticas do discurso, o valor constituinte da linguagem que introduz o indivíduo na ordem coletiva do sistema de signos, o sentido tem como condição primeira constituir os próprios sistemas de significação de valores sociais, culturais e políticos de uma dada sociedade. [...] Para trabalhar a noção de sentido, utilizo a concepção simbólica da linguagem por considerar que a presença do homem no mundo não é imediata, mas mediatizada pela linguagem. É assim porque a linguagem desempenha funções de significação que estão na origem das elaborações dos sentidos do homem no mundo ao expressar as diferentes maneiras de sua relação com uma mesma realidade, e ao expressar de uma mesma maneira a sua relação com realidades diferentes. Mas ao falar, o homem não se limita a designar e a significar a sua relação com um mundo preexistente; constrói também sentidos novos já que as palavras não são etiquetas coladas a uma realidade singular, mas construções culturais destinadas a mediatizar a relação do homem com o mundo.

Com efeito, o método mais completo de comunicação entre as pessoas é o da linguagem. Emissor e receptor não inventaram a forma como se comunicam, mas a receberam do grupo ou sociedade aos quais pertencem. Por outro lado, os indivíduos transformam a linguagem à vezes enriquecendo-a, outras vezes reduzindo-a a meros arremedos do que já foi dito. Quando a linguagem transmite o sentido verdadeiro daquilo que se quer expressar, ela se torna tão mais rica quanto a própria simbologia daquilo que é expresso, pois é através dela que se exterioriza toda uma construção de mundo.

Por conseguinte, o bumba-meu-boi, enquanto manifestação cultural (em oposição a “produto” midiático) pode ser definido como um símbolo vivo, cheio de significações, aquele que

melhor exprime o mundo percebido e vivido de uma comunidade, tal como os sujeitos o sentem. Aquele que ultrapassa o entendimento intelectual e o interesse estético, mas expressa o que é pressentido e ainda não reconhecido, incitando o inconsciente à participação.

Por fim, podemos dizer que as representações sociais estão associadas às práticas culturais, reunindo tanto o peso da história e da tradição, como a flexibilidade da realidade contemporânea, delineando esta mesma realidade como estruturas simbólicas desenhadas tanto pela duração e manutenção, como pela inovação e constantes transformações.

4 O BOI DA MAIOBA

4.1 O Bumba-meu-boi

Segundo Bueno (1998 p. 27), o Bumba-meu-boi constitui uma dança dramática de representação social que articula valores de etnia, cultura e classe. É reinterpretado comunitariamente pelo Brasil, variando de região para região, de Estado para Estado, sendo essa manifestação folclórica realizada em diferentes épocas, dependendo do local.

Bumba-meu-boi no Maranhão e em Alagoas, Boi-bumbá no Amazonas, Boi calemba em Pernambuco, Boi de reis e Boi surubim no Ceará, Boi de mourão ou Boi de mamão em Santa Catarina e Paraná. Estas são algumas denominações para uma das mais antigas e tradicionais manifestações culturais do Brasil. Não se sabe direito como começou a “brincadeira do boi”, mas é certo que seu local de origem é a Região Nordeste do Brasil ainda no século XVIII, quando essa região atravessava o Ciclo do Gado (MARQUES, 1999).

Em todos os lugares onde se realiza essa manifestação o enredo é praticamente o mesmo: a mulher de Pai Francisco, que está grávida, deseja comer a língua do boi predileto do patrão; Pai Francisco então sacrifica o boi e passa a ser perseguido pelo patrão, foge para o mato e, com a ajuda de um pajé, ressuscita o boi; com isso, o patrão de Francisco o perdoa e tudo acaba com uma grande festa. O desenrolar dessa história, que se antes era mais uma manifestação do folclore popular, acabou virando a grande atração turística de alguns lugares, principalmente nos estados do Amazonas e do Maranhão.

Se no Amazonas a festa já não segue mais seu sentido original, no Maranhão a brincadeira do bumba-meu-boi, como é conhecida a manifestação, ainda segue quase que completamente o roteiro original. Ela dura praticamente o ano inteiro, atingindo o auge nas festas juninas, e o enredo ainda é seguido pela maioria dos “batalhões” (designação dada aos brincantes dos diversos bois do estado). Nesse aspecto, cada batalhão segue um ou outro “sotaque”, isto é, um

ritmo determinado, podendo ainda um batalhão mesclar mais de um sotaque. Entretanto, a regra geral é que cada boi adote um sotaque definido e é este sotaque a marca característica de cada batalhão. Os sotaques mais difundidos entre os bois maranhenses são: *orquestra*, *zabumba*, *pandeirão* (também conhecido como “sotaque de Pindaré”) e *matraca*. Todos os outros são variações ou mesclas desses quatro sotaques. A esse respeito, Marques (1999 p. 87) escreve apropriadamente:

Os sotaques atualmente existentes são os de *Zabumba ou Guimarães*, onde a participação africana é mais acentuada; de *matraca ou da Ilha*, cujos elementos lembram os rituais indígenas; de *Orquestra*, basicamente de conteúdo europeu, e o de *Pindaré e Viana* (chamado agora de pandeirões), oriundo da baixada, que, embora seja semelhante ao de *matraca*, se distingue pelo ritmo, pelos instrumentos e pelo guarda-roupa. Alguns autores registram um quinto sotaque, existente somente no município de Cururupu (MA) e que não se assemelha aos já citados.

Importa saber que é o ritmo africano que serve de base para o bailado excitante e sensual dos quadris, braços, pernas e cabeças, em meneios para a elaboração dos passos, ora pequenos e repisados, ora largos e abertos. De acordo com Marques (1999 p. 88), “[...] Trata-se de um bailado circular, cujos passos convergem para o centro, onde os brincantes se apresentam com volumosos chapéus em forma de cogumelo e recobertos de fitas longas”.

Apesar das semelhanças gerais, cada grupo mantém diferenças sutis entre si, fato que torna único cada batalhão. Essa diferença pode ser através da riqueza das roupas, pelo ritmo mais ou menos acelerado, ou ainda pelo tipo de adereço utilizado.

Entre os batalhões de bumba-meu-boi com sotaque de *matraca* ou da ilha, um dos mais famosos é o Boi da Maioba, cuja denominação se dá exatamente por ser originário do povoado da Maioba, na periferia de São Luís. O sotaque que caracteriza o Boi da Maioba é o de *matraca*, onde o som é extraído através da batida de dois pedaços de madeira maciça. Mas para dar maior força e ritmo às toadas (músicas) são empregados os pandeirões.

Atualmente, o Boi da Maioba divide a preferência do público ludovicense com o Boi de Maracanã, estimulando uma rivalidade saudável e bastante divertida entre as duas agremiações.

4.2 Histórico do Boi da Maioba

Segundo depoimento de José Inaldo Ferreira, presidente do Boi da Maioba, o batalhão foi fundado em 1897, por José Espertino. Quando da sua fundação, o boi não possuía sede própria e às vezes a brincadeira nem mesmo se realizava no povoado. José Inaldo Ferreira diz que Mãe Rita era, até o ano de sua morte em 1996, a brincante mais antiga e era essa senhora o único elo de

ligação do boi da forma que se encontra hoje com a brincadeira de antigamente.

De acordo com José Inaldo Ferreira, como o boi não tinha sede nem local de apresentação fixo, após o ritual da “matança” alguém ficava com a cabeça do boi. Essa pessoa ficava então responsável por realizar a brincadeira no ano seguinte. Embora nem sempre a brincadeira do boi fosse na comunidade da Maioba propriamente dita, o nome sempre foi “Bumba-boi da Maioba”. Corroborando essa história, Carvalho e Mendes (1997 p. 1), explicam:

[...] Desse tempo ficaram ainda na memória de alguns maiobeiros certas lembranças, como a organização da brincadeira do “boi de cofo”, onde as pessoas faziam versos que se tornavam cantoria, caracterizando dessa forma uma espontaneidade em festejar os Santos juninos; era comum também a realização dos ensaios e das apresentações nos terreiros de casas nos diversos povoados, sendo que no dia da morte do boi a sua cabeça ia a leilão e aquele que a arrematasse era o dono do boi no próximo ano, passando a liderar um grupo de pessoas interessadas na sua organização [...].

Em 1961 uma comissão formada por João de Chica, Calça Curta, Papeira e Pedro Boca-aberta assumiu a responsabilidade de coordenar a brincadeira. Segundo Carvalho e Mendes (1997 p. 1), uma das primeiras providências do grupo foi a construção de uma capela e de um barracão para a sede do boi. Essa comissão duraria vinte anos e com ela os principais rituais do boi, como “batismo” e “morte”, passaram a ser realizados na própria comunidade da Maioba. Finalmente, em 1974, no local onde eram realizados os rituais estabeleceu-se o “terreiro” próprio onde hoje é a Associação do Boi da Maioba.

Atualmente, o “Batalhão da Maioba”, como também é conhecido o boi, possui um incontável número de brincantes e simpatizantes. Segundo Carvalho e Mendes (1997 p. 4) e de acordo com o próprio presidente da agremiação, José Inaldo, certo mesmo é que hoje o Boi da Maioba tem à frente um “cordão de rajados” com cerca de 60 roupas de fitas, 15 roupas de penas, 12 índias, 4 burrinhas, 1 boneca, 2 Pais Francisco e 2 bois bordados ricamente com veludo preto (ver anexos). O novilho principal recebeu, em 1997, o pomposo nome de “Brilho do Luar”. Essa estrutura fixa de componentes é complementada por brincantes eventuais e uma massa de seguidores do batalhão, que vão de arraial em arraial seguindo o boi, pois para participar da brincadeira basta a matraca e um certo ritmo no bater dos pedaços de madeira que a formam.

José Inaldo não sabe dizer o número exato de brincantes, nem o número de caminhões e ônibus utilizados no transporte de brincantes, indumentárias, instrumentos musicais, bois, burrinhas etc., pois varia de ano a ano, de acordo com os patrocínios. Também não se sabe exatamente a proporção entre homens, mulheres e crianças que compõem o Boi da Maioba, mas é certo que a maioria é composta de homens (aproximadamente 85%). Como as apresentações do Batalhão ocorrem geralmente à noite (durante as festas juninas o boi costuma fazer seis apresentações, em

média), prolongando-se até o amanhecer, não existem brincantes mirins no Boi da Maioba, ao menos oficialmente. Tal fato se dá, também, em face de determinações legais do Juizado da Infância e da Juventude, que proíbe as crianças de acompanharem o boi nas apresentações noturnas. Entretanto, durante os rituais de batismo e de morte do Boi da Maioba, muitas crianças da comunidade participam das brincadeiras.

4.3 A relação do Boi da Maioba com a comunidade

O Boi da Maioba mantém desde a sua criação uma relação muito estreita com a comunidade da região onde está sediado. Essa área engloba, além da própria Maioba, os povoados de Queimada, Bacuritiua, Pindoba, Vassoural, Bom Negócio, Boa Vista, Mocajituba, Sítio grande, Trizidela e outras localidades menores.

Pode-se afirmar (e confirmar com a população) que tal relação é de amor, de paixão até. Nesse sentido, o Boi da Maioba funciona como um elemento de auto-afirmação da comunidade. Mas além desse aspecto subjetivo, o boi também tem uma objetividade mais pragmática, pois em função dele e das pessoas envolvidas são desenvolvidos projetos de identidade cultural e de inclusão social dos maiobeiros, como a escola comunitária, que funciona na própria sede do boi. Segundo José Inaldo Ferreira, além das disciplinas presentes no currículo do Ensino Fundamental, são ministradas às crianças aulas de dança e de música visando formar os futuros integrantes do Boi da Maioba.

A missão da Associação do Boi da Maioba é a inclusão social das crianças da comunidade, que dificilmente teriam se dependessem apenas do poder público. Isso devido a controvérsia a respeito da localização do povoado da Maioba, pois os municípios de São Luís, Paço do Lumiar e São José de Ribamar ainda hoje travam uma disputa a respeito da região cuja consequência é o descaso das autoridades tanto com o povoado da Maioba quanto com as comunidades que vivem nas suas proximidades.

Ocupado o vazio deixado pelo poder público, a Associação do Boi da Maioba, através da cultura popular representada na figura do boi, busca de um lado, promover o desenvolvimento sócio-cultural da população e de outro, desenvolver economicamente a região, que recebe um grande número de visitantes na época das principais festas do boi.

Nesse período, praticamente todos os moradores se envolvem na organização dos festejos e a maioria lucra com o intenso comércio que se instala ao redor do terreiro onde o boi dança. São barracas que vendem praticamente tudo que é produzido na comunidade: chapéus, matracas, pandeiros, camisetas e uma vasta gama de artigos artesanais. Mas a principal fonte de

renda vem de alimentos e bebidas que são vendidos aos brincantes.

Pode-se dizer que sem o boi a comunidade da Maioba seria tão ou mais pobre que a maioria dos bairros periféricos da ilha de São Luís. No plano social, através do boi são realizadas diversas atividades em datas como o Dia das Mães, Dia das Crianças e no Natal, quando são distribuídos brindes e presentes à população, de acordo com o presidente da Associação.

Com os recursos angariados durante a época de festas e com a venda de discos, camisetas e outros artigos ligados ao boi, a Associação do Boi da Maioba promove palestras e cursos no espaço da sede. Além disso, após a implantação do “Viva Maioba”, criou-se um espaço permanente que atende visitantes em qualquer época do ano.

A brincadeira do Bumba-meu-boi da Maioba, portanto, promove a inclusão social das pessoas da comunidade e contribui para o desenvolvimento dessa mesma comunidade, gerando renda e emprego aos seus moradores.

4.4 Toadas e cantadores

A essência de qualquer batalhão de boi são as toadas que se fazem acompanhar de um ritmo que arrebatava e faz com que o espectador/ouvinte fique em um estado de sublimação. Ora, a música, já diziam os gregos, apazigua e excita as paixões.

Nas brincadeiras de boi essa afirmação é ainda mais verdadeira, pois quando associada aos efeitos visuais da dança e dos trajes dos brincantes, ela tem o poder levar o público a um estado catártico. Com o Boi da Maioba essa afirmação é ainda mais contundente em função da batida das matracas, pois basta observar uma apresentação desse batalhão para perceber que um grande número de pessoas com os dois pedaços de madeira na mão batendo-os no ritmo dado pela figura do amo cantador.

Sobre as toadas, ouçamos o que nos dizem os autores Carvalho e Mendes (1997 p. 3):

As toadas, como são chamadas as cantigas, representam a matéria-prima, o material de trabalho desses poetas sonoro, cujo universo é por demais rico e diversificado, uma vez que a sua temática pode falar de tudo e de todos, pois inspira-se na vida, no cotidiano, cantando a religiosidade, a natureza, os sentimentos, com primazia para o amor, a paixão, as emoções, a saudade, a exaltação da terra natal, as peripécias da caminhada do grupo de boi, as disputas entre as “ditas e desditas” que marcam o dia-a-dia, onde as imagens ora se coligam, ora se contrastam.

De acordo com estes autores, o certo é que “a cada ano o cantador de boi que se preze tem de apresentar seu repertório de toadas, no qual marcam presença as criações das tradicionais cantigas de “guarnicê”, “lá vai”, “chegada”, “urrou”, “despedida”. Para Marques (1999 p. 134), o

cantador pode repetir uma ou outra toada do ano anterior, mas também deve apresentar toadas novas, pois:

No código de honra de um grupo que se preze as toadas de um ano para outro devem ser novas. Por isso, é preciso compor anualmente entre dez a quinze melodias para os vários momentos da brincadeira. São as toadas que determinam a passagem de uma estória para outra, de uma cena para outra como contrapontos, sem que o conjunto se disperse. Toadas que iniciam e concluem uma coreografia, delimitam o início e o fim da apresentação, ensinam o discurso público da representação. [...] Dessa forma, *O Guarnecer* é a toada organizativa, a convocação do grupo; o *Lá Vai* é um aviso a quem contrata a brincadeira de que o boi está a caminho; *A Licença* informa que o boi chegou e quer brincar; *A Louvação* narra ao público o tema do ano e aos assuntos ligados ao tema; *O Urrou* é a toada que encerra a comédia ou o que resta dela e *A Despedida* conclui a dança e informa sobre a sua partida [...].

Ainda segundo a autora (1999 p. 134), “Enquanto o amo estimula a cantoria, o contra-amo e o vaqueiro campeador ensaiam os primeiros passos com o cordão de brincantes sob sua responsabilidade: um, dois, ida e volta, volta e meia...”. Tudo isso sempre no ritmo da música, “ora leve como samba ou valsa, ora rápida como frevo ou maracatu, ora frenética como o batuque do tambor de mina” (MARQUES: 1999 p. 134). É importante que os versos de cada toada sejam repetidos várias vezes para que a platéia compreenda, assimile e repita a música mas também dê palpites, modifique a estrutura melódica ou a consagre no mesmo instante.

Além das toadas tradicionais já citadas, existem as de livre cordão, cujos temas, como o nome já diz, são “livres”. É nessa categoria que se encontram as toadas do Boi da Maioba que falam de São Luís, enaltecendo principalmente a história, a cultura e a arquitetura da cidade. Destaca-se aqui a figura do compositor-cantador, geralmente um homem simples oriundo da comunidade que, mesmo não tendo uma erudição ou formação musical, é possuidor de inspiração extraordinária para a criação e improvisação de versos, além, é claro, de voz característica e marcante, que é quem confere identidade às toadas.

Nesse universo o Boi da Maioba possui vários cantadores que ocupam lugar de honra no panteão da brincadeira do bumba-meu-boi maranhense. Com destaque para João Costa Reis, o *João Chiador*, que começou a cantar aos treze anos na Maiobinha. O apelido vem de longa data, como conta José Inaldo: “O apelido do Chiador pegou quando ele ainda era criança e um dia foi cantar lá pras *bandas* do Bairro de Fátima e o microfone começou a chiar com defeito. As pessoas então perguntavam quem era aquele menino que cantava chiando e o apelido *pegou*.”

João Chiador foi o amo cantador do Boi da Maioba por trinta anos e, pouco antes de ir para o Boi de São José de Ribamar, foi substituído por Francisco Sousa Correia, o *Chagas da Maioba* (o *Chaguinha*, para os amigos mais próximos), em 1992.

Chagas nasceu em Mamuna, interior do município de Icatu. Posteriormente mudou-se para São José de Ribamar, onde assumiu o posto de amo cantador do Boi de Apicum. Dono de uma

voz forte e bastante afinado, Chagas seria, com algum esforço, um substituto à altura para João Chiador. Foi Papeira, responsável pelo transporte dos integrantes do Boi da Maioba, quem convidou Chagas para ser no ano de 1989, a princípio, ajudante de Chiador. Papel que Chagas desempenhou até 1992, quando substituiu definitivamente o “Mestre” Chiador. Hoje Chagas comanda o Batalhão da Maioba nas apresentações do boi pela cidade durante as festas juninas e nos rituais de batizado e matança do Boi da Maioba na própria comunidade.

É com Chagas que o Boi da Maioba consolida a posição de principal boi da ilha de São Luís. Na discografia do boi gravada por Chagas são identificadas duas toadas que enaltecem a ilha e a cidade de São Luís descrevem ao público vários aspectos da arquitetura, da história e da cultura da cidade são mostradas

5 A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM DE SÃO LUÍS TRANSMITIDA NAS TOADAS DO BOI DA MAIOBA PARA O TURISMO: UMA ANÁLISE VISUAL

Quando se fala de turismo em São Luís, a primeira imagem é a de uma cidade histórica, com seus casarões com fachadas azulejadas, as ruas estreitas, escadarias de pedra de cantaria etc. Em segundo lugar se tem em mente a cultura local, que é apresentada através das danças e das festas tradicionais. Entre estas manifestações culturais, podemos afirmar, sem hesitação, que o bumba-meu-boi é o carro-chefe da cultura popular maranhense.

De fato, quando se divulga os atrativos turísticos de São Luís através dos meios midiáticos, as imagens de maior inserção na mídia são a da arquitetura colonial que forma o centro histórico da cidade. A respeito do que desperta maior interesse no turismo local Lima (1995, p.145), na sua tese de Doutorado aborda o conjunto arquitetônico como elemento de maior atração pelos turistas, dados colhidos a partir de uma pesquisa de campo, e em especial as fachadas azulejadas. De fato o elemento que ganha notoriedade nos meios de divulgação sobre o Centro Histórico consiste na homogeneidade dos casarões coloniais portugueses. Em seguida vem as praias e o bumba-meu-boi. Este último, a expressão máxima e de destaque pela mídia da nossa cultura.

Entretanto, resta saber se essa mesma cultura popular representada pelo bumba-meu-boi também divulga a imagem da cidade e se essa imagem atinge, mesmo que de maneira implícita, o ideário daqueles que assistem as apresentações do bumba-meu-boi.

Como tal tarefa é de difícil realização, só podemos realizar a análise das letras das toadas dos diversos grupos de bumba-meu-boi da ilha que falam da cidade e a apresentam ao turista. Nesse sentido, aqui se procura observar apenas as toadas contidas no Boi da Maioba que, como já foi referido, se constitui num dos mais tradicionais grupo de boi de São Luís.

Observar o imaginário da cidade de São Luís construído nas toadas do Boi da Maioba é

um exercício válido na medida em que se verifica uma mudança na letra das músicas desse boi nitidamente influenciada pelo turismo. Dentre as mudanças verifica-se que o Boi em si não é mais o principal homenageado na brincadeira. Tampouco, o “Auto do Bumba Boi” não é mais o enredo; antes a toada que era para enaltecer o boi e fortalecer sua identidade, agora é para divulgar, fixar na mente do espectador uma imagem construída e com uma finalidade: trazer o turista para o lugar.

Tal fato não deve ser, entretanto, encarado de forma negativa. Ao contrário, essa mudança de foco possui seus benefícios quando se reveste de elementos que contribuem para a preservação da brincadeira e também em benefícios para a comunidade que realiza o Auto do Bumba-meu-boi e, principalmente, para a própria cidade, pois é fato notório que o turismo contribui de sobremaneira para desenvolvimento do local.

Nos aproximaremos agora da proposta do nosso trabalho, que é analisar a imagem transmitida de São Luís nas toadas do Bumba-meu-boi da Maioba.

5.1 Referencial teórico

Definimos então como referencial teórico que orientará a análise parcial do nosso objeto de pesquisa - as toadas - a Teoria Semiótica Greimassiana, uma vez que o objeto de pesquisa constitui-se num texto lingüístico, para o qual a teoria foi construída. Sua importância para o nosso trabalho advém, ainda, de suas ferramentas de natureza descritiva nos proporcionando assim maior capacidade de compreensão e interpretação do texto. Cabe ressaltar que em nenhum momento é intenção do autor deste trabalho a profundidade da aplicação da teoria, uma vez que a mesma é bastante complexa para o grau de entendimento do nosso trabalho, portanto nos focaremos apenas na análise da estrutura discursiva. Vale lembrar que a sua aplicabilidade se dará de forma superficial, mas sem fugir do rigor científico do qual a teoria se propõe.

Sobre a aplicação da teoria vale destacar o trabalho de Lima (2001 p. 42), que encontra na Teoria Semiótica Greimasiana o instrumental que fundamenta a análise do seu objeto de pesquisa, o Auto do Bumba-meu-boi. Através da teoria a autora chega à conclusão de que o Auto do Bumba-meu-boi é um retrato político-social do Estado e que é forte a crítica social mediada por um discurso visto como um todo de significação. Logo, para a autora, a essência do auto é a “expressão de relação de dominação por um poder que marca, em substância, as diferenças entre classes, a saber: superior *versus* inferior.”

Greimas (1976) apresenta na sua teoria a correlação entre três níveis: o nível fundamental e o do nível discursivo apoiados em um eixo central, que é o nível narrativo. Cada um destes níveis apresenta a sua relação sintática e sua relação semântica. Sobre o nível fundamental, Fiorin (2004 p. 36), um estudioso da teoria semiótica greimassiana, nos diz que:

Este nível está ligado ao sensitivo e lógico do indivíduo. Aqui está o mínimo que se consegue obter numa análise do plano de conteúdo, ou seja, é o mínimo de sentido obtido de um tema. Ele é considerado profundo por obterem valores semânticos que não possuem um equivalente lexical na estrutura superficial. [...] Por estarmos falando de sentido, este nível está ligado à semântica. Tem-se então a semântica fundamental com a construção do quadrado semiótico. Que é um esquema produzido de forma lógico-semântico para a obtenção do mínimo de sentido, ou para a construção isotópica de um discurso. Esse quadrado é formado pelas oposições que constituem um eixo lógico-semântico. Assim, temos a relação sintática do Nível Fundamental.

No que tange ao nível narrativo, este é tomado como o eixo central de toda a análise do plano de conteúdo, é através dele que a história assume a sua forma e toma amplitude, como descreve Fiorin (2004 p. 37):

A semântica do nível narrativo trata do valor inscrito nos objetos. Na semântica há dois tipos de objetos, o modal e o de valor. As ações que o sujeito produz para a obtenção de seu objeto são chamadas de objetos modais, ou seja, são elementos para a realização da performance. O objeto de valor é a obtenção última de um sujeito, é a finalidade de uma narrativa, ou seja, ela só existe por existir o objeto de valor e por haver um sujeito que o busque.

A semântica do nível discursivo, por sua vez, difere entre figuras e temas a concretização do sentido do plano de conteúdo para o plano de expressão. As figuras são ornamentos expressionais a fim de tornar real a representação dos signos. Elas exprimem o natural e o real de seu conteúdo como forma de representação do mundo. Um discurso é formado de figuras a fim de constituir um tema, e o símbolo é uma figura com o sentido temático determinado.

Ora, a semiótica considera o homem como um *ser em situação*, constantemente se descobrindo diferente das coisas que o cercam, na medida em que se relaciona com o mundo exterior, o que o leva a tomar consciência de sua existência e de sua individualidade. Nesse espaço de relações, a linguagem gestual estabelece uma dinâmica bastante fecunda em significações. No Auto do Bumba-meu-boi essa linguagem se evidencia ainda mais quando se observa as indumentárias, os gestos dos amos e brincantes e, principalmente, as letras das toadas, que constituem a narrativa.

Nas letras das toadas são construídos – e também descritos – fatos concretos, como a história e lugares da cidade. Do mesmo modo, são apresentados fenômenos e imagens fantásticas, mitológicas, que fazem parte do folclore local. Com isso mescla-se o real com o imaginário em uma trajetória que abrange tanto o nível profundo como o superficial na estruturação do sentido.

Iniciaremos agora a análise propriamente dita com a aplicação da teoria já citada, observando os seus elementos nas toadas “A Rainha Secular” e “Boqueirão”, de autoria de Francisco Sousa Correia (o “Chagas”).

5.2 Análise do objeto – toadas

5.2.1 Toada “Rainha Secular”

A Rainha Secular
(*À São Luís*)

*São Luís respira brisa equatorial
Foi projetada lá em Paris
Para ser a sede da França
Equinocial*

*Seu retrato de menina
Está no Projeto Reviver
Seu pedestal é o aterro
Que fez a ilha crescer*

*Há um manto de areia
Que a São Marcos vem banhar
O vento limpa os azulejos
Da rainha secular*

*No flash do turista
O seu nome faz história
Ela é francesa bela
De um passado de glória*

A toada alude a diversos aspectos da capital maranhense, entre eles as origens históricas (primeiro verso); o progresso (segundo verso); as belezas naturais que envolvem o mar e as praias (quarto verso) e, por último, a um passado de glória que se pretende revitalizar através do turismo (quarto verso).

Ao fazermos a apreensão do quadrado semiótico nos nível das estruturas discursivas, baseado na teoria greimasiana, obteremos a seguinte estruturação semiótica:

ESTRUTURAS DISCURSIVAS		
SINTAXE DISCURSIVA	Tempo	Espaço
	Passado de glória	Origem francesa
		França Equinocial
		Paris brasileira

SEMÂNTICADISCURSIVA	Figura	Tema
	Riqueza arquitetônica Projeto Reviver azulejos	Estética
	São Marcos; manto de areia	Belezas naturais
	francesa bela	Nobreza

No nível discursivo percebe-se que a toada remete a uma época de riquezas, quase em tom saudosista, como se o próprio autor tivesse vivido a experiência da São Luís do passado. Confrontada com a realidade presente, o passado é sempre melhor na citada toada, muito embora isso não esteja explicitada em sua letra. Entretanto, como cita Wick a respeito da teoria greimasiana (1989, p. 138), “tudo o que é percebido só é perceptível por seu oposto”, podemos entender que, por contraste, a cidade de hoje não possui mais o glamour da São Luís referenciada na toada.

A análise também revela uma curiosa oposição entre o novo e o velho, o *flash* da moderna máquina de fotografar do turista com o passado, que ele imortaliza através da fotografia, como se quisesse travar o próprio tempo no retrato. Uma outra oposição diz respeito à condição de ser e não-ser de São Luís: é francesa, mas também não é na medida em que só foi francesa no passado de glória.

5.2.2 Toada “Boqueirão”

Boqueirão
(A São Luís)

*Vou fazer uma nau
Pra navegar com a francesa
Pela baía de São Marcos
Vou levar minha nobreza*

*Vou á zona portuária
Cais da Vale e Itaqui
Praia da Ponta D’Areia
Olho D’Água e Araçagi*

*Ao passar no Boqueirão
Onde a onda sapateia
Vou fazer uma parada
Para ouvir o canto da sereia*

*E, no encontro das águas
Do Bacanga com o Rio Anil
Vou erguer uma estátua*

Para a francesa do Brasil

Esse monumento

É do folclore popular

Esculpido em toadas

Para a história constar

Na letra visualiza-se claramente um *tour* feito pelo próprio autor ao fazer um passeio pela costa de São Luís. Nesta toada estão presentes, além da geografia da ilha, um elemento sobrenatural: a sereia que canta e encanta o navegante. Faremos agora a decomposição de suas categorias sêmicas para chegarmos à significação do texto.

ESTRUTURAS DISCURSIVAS		
SINTAXE DISCURSIVA	Tempo	Espaço
	Momento atual	Zona Portuária Boqueirão Rios Praias
SEMÂNTICA DISCURSIVA	Figura	Tema
	Monumentos Canto da sereia Visual marítimo	Estética
	Caís da Vale e Itaqui	Riqueza econômica
	Nau / navegar com a francesa	Turismo

Observe-se que nesta toada é apresentada a geografia da orla marítima da ilha de São Luís, que é mostrada como em um passeio turístico de barco. Aqui o cantador é o próprio guia turístico; o barco é imaginário, mas carrega o ouvinte de um lugar para outro com eficiência, mostrando o moderno (a zona portuária) e o antigo (o encontro dos rios Anil e Bacanga, onde se localiza o centro histórico da cidade).

Analisando o quadro da toada em questão, pode-se entender que o seu significado remete à época atual, da São Luís industrial e turística. Duas francesas são indicadas: uma é a própria cidade, que é mostrada pelo mar; a outra é a turista, pessoa a quem o sujeito da toada quer encantar (vide o “canto da sereia”).

Enquanto modelo construído para gerar discursos, cabe ao Percorso Gerativo de sentido produzi-los e interpretá-los por meio dos seus componentes - sintático e semântico para chegar-se à significação da mensagem. Seu projeto é fundamentado na significação. Esta, para Greimas, é a "semiosis" (ato de significar), que vai da produção à articulação do sentido. É o resultado da operação efetuada através da apreensão das "diferenças" encontradas no texto, produzindo a

significação.

A partir das categorias sêmicas – tempo, espaço, figura e tema – extraídas da análise semiótica visual das toadas, visualizamos uma São Luís que quer se firmar como autêntica, moderna e histórica, cultural e tecnológica, enfim, um destino que irradia cultura e beleza para o resto do país. Fica claro portanto, que as toadas do Boi da Maioba são importantes na construção de um imaginário que confira identidade, autenticidade e orgulho aos seus habitantes, independente de fazer parte ou não do “batalhão”.

É essa mesma base comum que procura permitir à cidade o soerguimento e a adoção de uma imagem singular, única, que a torne diferente e capaz de ser reconhecida como tal no meio de um universo tão lugar comum.

O que nos chama mais atenção é a beleza e a lógica da composição das letras: o repertório lexical, as rimas, a semântica, a sintaxe na construção do texto, a métrica. São conhecimentos que se apreendem num universo acadêmico, e que de forma curiosa é construída de forma autodidata, tendo como base de construção apenas a formação cultural de sua identidade e o sentimento de religiosidade que os envolve. A falta do conhecimento científico aumenta mais a nossa perplexidade, que se estende para a filosofia do marketing abordada por esses autodidatas ao utilizarem os princípios da manipulação usados pela mídia para manipular, motivar os turistas a vir para São Luís.

Esses princípios da manipulação são a **sedução**, que na toada é visualizada pela seleção de palavras-ícones que mostram a beleza do conjunto arquitetônico e que justifica o passado de glória e nobreza; o segundo elemento é o da **provocação** ao colocar à disposição do turista um uma oferta de opções para a satisfação de suas expectativas em relação ao local, são roteiros diferenciados da *praxi* dos guias de turismo da capital, são locais que eles mesmos podem despertar para a curiosidade de solicitar à um guia para conhecê-los; e, finalmente, o terceiro elemento da manipulação a **tentação**, ou seja, como resistir a essa diversidade cultural, a essa riqueza arquitetônica e a seus encantos e magia. Dá para resistir?

6 CONCLUSÃO

Ao longo do que foi abordado e do que a análise nos proporcionou podemos concluir que a cultura, em um sentido antropológico, abrange tudo aquilo que é produzido pelo homem ao longo da sua existência enquanto ser social. Tal concepção deve ser tomada em seu sentido amplo, pois, como se observou neste trabalho, em sentido estrito, dificilmente se verifica consenso entre os diversos teóricos que abordam o tema. Resta saber que a cultura é composta de símbolos, valores, normas, objetos e incontáveis elementos presentes na realidade humana.

As controvérsias tornam-se ainda mais contundentes quando se analisa o termo *cultura popular*, cujo significado é utilizado na maioria das vezes em sentido oposto ao de cultura erudita. Nesse sentido, a cultura popular é associada àquilo que é brega, que é *kitsch*. Ou seja, ao que é produzido por uma massa “inculta” e “alienada”. Essa visão preconceituosa é construída para distinguir valores erguidos por uma sociedade estratificada em classes estanques. Assim, à elite caberia a “cultura erudita”, enquanto que a massa produz e consome “cultura popular”.

No entanto, quando o tema é aprofundado, a importância da cultura popular se torna evidente quando se observa que ela é um fator de identificação de um povo, um mecanismo que reúne e integra indivíduos não de uma classe determinada, mas de uma dada sociedade humana.

Conclui-se assim que a cultura popular é a expressão de sentimentos, de idéias e de visões de mundo comum a pessoas de diversas classes sociais e que compartilham coletivamente esses sentimentos.

Nessa perspectiva, a cultura popular pode ser tomada como uma forma de representação social. Nela não há uma distinção entre a ordem natural, o domínio da linguagem, o mundo da cultura e a esfera da consciência individual. Não há diferenciação radical entre um universo material e um universo simbólico, visto que as necessidades vitais e morais confundem-se no cotidiano da vida em comunidade, dando-lhe um realismo prático, um senso vivo dos limites e das possibilidades de ação que convergem para uma sabedoria que se baseia na tradição e transmissão de saberes de uma geração a outra.

A partir dessas considerações e do que foi analisado neste trabalho, devemos lembrar que a representação social se dá no âmbito da linguagem, esta tomada enquanto o conjunto de símbolos, signos, significados e significações que são exteriorizadas na palavra, na comunicação oral.

Ora, como vimos, se a cultura popular é um elemento de congregação entre diversos indivíduos, a sua relação com o turismo deve ser no sentido de estimular ainda mais a integração entre pessoas com visões de mundo e valores diferentes que, no entanto, convergem na busca de um elemento comum: saber do “outro”.

No tocante ao bumba-meu-boi, foi observado que esta manifestação aparece como parte

de uma tradição grupal, que se expressa de maneira ritualística e que busca se exteriorizar através da dança e da música. Dois pontos em comum a todos os grupos e sociedades. Nesse âmbito, é uma representação social que articula valores, crenças e objetivos daqueles a manifestam e compartilham em certa medida dos elementos nele presentes.

É nesse universo que se localiza o Boi da Maioba. Se em suas origens o Boi da maioba era apenas uma manifestação folclórica de um pequeno grupo de brincantes, hoje ele faz parte da realidade prática de toda a comunidade da comunidade da Maioba. Nesse sentido, além de manifestação da cultura popular dessa comunidade, é também um meio e um fim. É meio de inclusão social quando seus integrantes, através da Associação, ocupam o espaço vazio que o poder público não pode ocupar, desenvolvendo projetos sócio-educativos e de geração de renda para a comunidade. É fim quando seus brincantes, ao realizarem a brincadeira, também se realizam enquanto seres idealizados. É justamente nesse ponto que o indivíduo que se personaliza na fantasia do boi, ao interagir com seus companheiros de brincadeira se faz representar socialmente.

Também podemos concluir que a toada, como a expressão oral do bumba-meu-boi, é o elemento crucial dessa manifestação. Nas suas letras, aparentemente simples, encontra-se uma complexidade de agentes, imagens e construções mentais que se tornam reais para o espectador. É na toada que o amo cantador incita a massa a participar, a também se tornar ator do auto do bumba-meu-boi. Através dessa linguagem riquíssima que é a toada, é construído no universo mental ouvinte uma imagem de lugar, de história, de cultura enfim.

À luz da teoria semiótica, observamos que as toadas implicitamente apresentam os elementos de oposição: passado versus presente; ser e não-ser; recente e antigo. Tais elementos são fundamentais para entendermos o nível discursivo que elas seguem. Mostrar, através de signos e significados, a cidade ideal.

Foi produtivo para o nosso trabalho trazer o processo semiótico para as toadas do Bumba-meu-boi da Maioba, por identificarmos nas letras a valorização de São Luís em vários aspectos atrativos.

Finalmente, disso e do que foi exposto ao longo deste trabalho, podemos concluir que a imagem de São Luís transmitida nas toadas do Boi da Maioba remete o ouvinte-espectador a uma São Luís idealizada, longe das mazelas de toda grande cidade. Uma São Luís de tempos áureos que nunca aconteceram, mas que é bem real na música do boi. Essa São Luís das toadas não existe poluição, pobreza, violência ou qualquer outro ponto negativo. Mas é uma terra de encantos e de maravilhas, onde as ruas são belas, a sereia canta e encanta num mar de águas cristalinas; onde o progresso não entra em conflito com o passado. Enfim, onde tudo que é bom é possível. É esse lugar que todo mundo quer conhecer e viver, mesmo que no curto espaço de tempo em que a brincadeira se realiza.

Acreditamos que a relevância semiótica desse resultados se apresente significativa para a bibliografia folclórica maranhense. Esperamos que nossa contribuição se estenda à riqueza cultural do leitor. Que ele obtenha deste trabalho um apanhado da teoria semiótica e não apenas um ponto de vista de análise.

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo – fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1992.
- BARRETO, Margarita N. A. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 1995.
- BELFORT, Conceição. **Relação entre turismo e cultura popular**. In. Itinerários: revista científica de turismo. São Luís: UFMA, 2004.
- BUENO, André Paula. **O Bumba-boi-maranhense em São Paulo**. São Paulo: Nankin Editorial, 2001.
- CARVALHO, Michol e MENDES, Márcia Tereza. **A história: como tudo começou**. Encarte do Boletim Informativo nº 07 da Comissão Maranhense de Folclore. São Luís: Comissão Maranhense de Folclore, junho/1997.
- DA MATTA, Roberto. **Relativizando: Uma introdução à Antropologia Social**. Petrópolis: Vozes, 1982.
- D'ÁVILA, Nícia R. **Curso de Semiótica não-verbal e sincrética**. Realizado na Universidade Estadual Paulista – Campus de Assis. São Paulo: Comunicação pessoal, 1998.
- FIORIN, José Luis. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.
- GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia (org.). **Oportunidades e investimentos em turismo**. São Paulo: Roca, 2003.
- GREIMAS, A. J. & COURTÉS, J. *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Cultrix, 1989.
- JODELET, Denise. **Representação social: fenômenos, conceito e teoria**. In: MOSCOVICI, Serge (org.). **Representações sociais: Investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes 1994.
- LIMA, Rozuila Neves. **Abordagem semiótica do espaço construído: um passeio pela Rua Portugal em São Luis – MA**. Tese de Doutorado. Faculdade de Ciências e Letras de Assis – Universidade Estadual Paulista: Assis, 2005. 180p.
- _____. **Do desejo de catirina à busca de identidade: uma abordagem semiótica no**

auto do bumba-meu-boi do maranhão. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Ciências e Letras de Assis – Universidade Estadual Paulista: Assis, 1999. 87p .

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

MINAYO, Maria Cecília. **O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica.** In: GURESCHI, Pedrinho A. e JOVCHELOVITCH, Sandar (orgs.). **Textos em representações sociais.** Petrópolis: Vozes, 1995.

MONDIM, Batista. **O homem, quem é ele?:** uma introdução à antropologia filosófica. São Paulo: Moderna, 1980.

SANCHO, Amparo. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Roca, 2001.

ANEXOS

Figura A – vaqueiros Boi da Maioba antes da apresentação



Figura B – caboclo de pena



Figura C – caboclo de pena



Figura D - índias



Figura E – caboclos e rajados do Boi da Maioba



Figura F – apresentação do Boi da Maioba



Figura G – Pandeireiros afinando os pandeirões



Figura H – chapéus de rajados e caboclos de penas



Figura I – Boi da Maioba

Ane Marie Folie Gjeran

M.: Consta

06098 237-4124

9971-9207

238-3012

227-1249

