

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE APOIO A PESQUISA  
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

O DISCURSO DA AUSÊNCIA: ESTUDO SOBRE AS REPRESENTAÇÕES DA  
CULTURA INDÍGENA NO DISCURSO PUBLICITÁRIO DO FESTIVAL  
FOLCLÓRICO DE PARINTINS

Bolsista: Inara Machado, FAPEAM

Parintins/AM  
2013

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE APOIO A PESQUISA  
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

RELATÓRIO FINAL  
O DISCURSO DA AUSÊNCIA: ESTUDO SOBRE AS REPRESENTAÇÕES DA  
CULTURA INDÍGENA NO DISCURSO PUBLICITÁRIO DO FESTIVAL  
FOLCLÓRICO DE PARINTINS

Bolsista: Inara Machado, FAPEAM  
Orientador: Prof<sup>a</sup> Msc. Gerson André Albuquerque Ferreira

Parintins/AM  
2013

Todos os direitos deste relatório são reservados à Universidade Federal do Amazonas, ao Núcleo de Estudo e Pesquisa em Ciência da Informação e aos seus autores. Parte deste relatório só poderá ser reproduzida para fins acadêmicos ou científicos.

Esta pesquisa, financiada pela FAPEAM – Fundo de Amparo a Pesquisa no Amazonas, através do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica da Universidade Federal do Amazonas, foi desenvolvida pelo Instituto de Ciências sociais, Educação e Zootecnia da Universidade Federal do Amazonas e se caracteriza como subprojeto do projeto de pesquisa Bibliotecas Digitais.

## RESUMO DO RELATÓRIO

A imagem do índio sempre esteve associada entre dois polos: um negativo, associando-o a algo como atrasado e não civilizado; e um positivo: ligado a questões como resgate cultural, “protetor do meio ambiente”, e identidade amazônica.

Os Bois e o Festival Folclórico de Parintins, estabeleceram a temática indianista a partir de 1965, data do primeiro Festival, como o seu principal caráter diferenciador com relação a outros “bois” que existem no país. A forma como o indígena, sua cultura e seus mitos são representados no Festival, que se apresenta como uma “opera”, não é tida pelos próprios índios como verdadeira, tendo coisas que para ele foram inventadas, e tendo palavras e formas de narrar o mito que eles não consideram enquanto verdadeiras. Se ao mesmo tempo o índio é colocado como um pretense “herói” e “resgatador” de uma cultura ou identidade amazônica no Festival, ao mesmo tempo seu universo simbólico, mítico e linguístico não é compreendido pelos não indígenas que narram esse “mundo indígena”.

A metodologia utilizada nesse projeto se deu através de pesquisa bibliográfica, imagens veiculadas na internet, bem como da utilização do recurso da entrevista enquanto ferramenta para compreender a interpretação e análise das falas, entre os atores indígenas e não indígenas.

A percepção acerca da imagem do índio veiculado na propaganda reflete de certa forma a mesma imagem do índio que é veiculada no Festival Folclórico de Parintins, com Pajés estilizados como se fosse seres andróginos, com “índias” ou a representação de índias, como se fossem modelos, com aspecto esguio e como se fosse uma representação da sexualidade amazônica, agora de forma midiaticizada. É como se fosse um “corpo fora do corpo” e uma imagem fora do lugar.

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	07
2. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA .....	00
3. DESENVOLVIMENTO .....	00
4. CONCLUSÕES .....	00
5. FONTES DE REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA .....	00
6. CRONOGRAMA EXECUTÁVEL .....	00

## 1. INTRODUÇÃO

A imagem do índio sempre foi algo pensada entre dois pólos: ora como afirmação de uma determinada identidade, seja ela local ou nacional, para designar o pertencimento a uma região, ou a uma forma de ser específica de grupos humanos. Esse processo flui entre dois pólos distintos: o de afirmação do ser índio, e o da sua negação, ou seja, de não querer ser índio, por considerá-lo “atrasado”, “inferior” ou “não civilizado”.

O Boi Bumbá de Parintins é um dos inúmeros bois criados em varias regiões do país, vindo da tradição Açoirana, mas que aqui vai ter peculiaridades determinadas, ou seja, uma aproximação com os elementos da cultura indígena: seus mitos, suas visões de mundo, suas guerras e suas historias. Só que esse “mundo indígena” não é simplesmente uma transposição real do seu cotidiano, ele opera através de uma “recriação do universo indígena”, principalmente dos povos Parintintin, ancestrais da Ilha Tupinambarana (Parintins), mas também de outros povos como os Satere Mawe, os Munduruku, os Guajajara, entre outros.

É importante notar que esse indígena trabalhado pelo festival folclórico de Parintins não é um indígena ou um grupo específico, é o indígena genérico, que é retrabalhado e resignificado, pelo olhar do outro, e de como este outro vê o indígena, dando assim um caráter de universalidade àquilo que é único singular e plural.

Esse processo de resignificação do outro, trabalha através de um sistema de escolhas e negação, alguns elementos vão ser trabalhados em detrimento de outros, como se fosse uma readjetivação de determinados comportamentos e formas de ser do que se convencionou ver como singular e importante no elemento indígena, assim, por

exemplo, são exaltadas a beleza da mulher local, através da recriação do mito das Amazonas, e a bravura dos homens, em narrativas que descrevem os inúmeros combates travados tanto entre tribos indígenas, quanto em relação a resistência a conquista contra o homem branco.

A cultura não é vista e trabalhada enquanto algo vivido, enquanto algo que faz parte do cotidiano, mas sim como uma forma de reminiscência, de relembração, de uma “sonhada” reminiscência tribal, como se todos, tanto indígenas quanto não indígenas, fizessem parte dessa imaginária e imensa tribo. É aqui que a cultura vai se apresentar como um elemento que buscaria algo perdido, que por não se saber do que se trata se cria uma idéia de “passado a ser resgatado”, daí a idéia de cultura enquanto resgate cultural.

## **2. DESENVOLVIMENTO**

### **ROSTOS, CORPOS, RITOS E IMAGENS: O INDÍGENA NO DISCURSO PUBLICITARIO.**

O mundo real está intermediado pelas imagens, pelo que vemos, pois é através do olhar, que vislumbramos o mundo, que vemos suas diferenças, suas cores, suas formas. São as imagens que nos fazem perceber mundo em nossa volta, e também a nós mesmos. As imagens estabelecem a distinção entre as coisas, entre aquilo que nos é familiar é aquilo que nos é estranho, entre o igual e o diferente, servindo também como “espelho” de comparação para identificarmos as diferenças e similitudes entre os objetos.

Segundo Santaella & Noth (2001: 15) o mundo das imagens estaria dividido em dois domínios:

O primeiro é o domínio das imagens como representações visuais: desenhos, pinturas, gravuras, fotografias e as imagens cinematográficas, televisivas, holos e infográficas pertencem a esse domínio. Imagens, nesse sentido, são objetos materiais, signos que representam o nosso meio ambiente visual. O segundo é o domínio imaterial das imagens na nossa mente. Neste domínio, imagens aparecem como visões, fantasias, imaginações, esquemas, modelos ou, em geral, como representações mentais. (SANTAELLA & NOTH, 2001:15).

Esses dois domínios das imagens: representações visuais e domínio imaterial das imagens em nossa mente, não se encontram separados, pois não existe um sem o outro, pois toda representação visual é mental e vice-versa.



Os domínios das representações visuais estão inseridos dentro da construção do que iremos chamar de identidade visual, que é o conjunto de elementos visuais que confere uma identidade única seja a uma mercadoria, seja a uma mensagem ou discurso ou a uma imagem.

Quando falamos em uma região, um país, um Estado ou um determinado povo, tem ou construímos uma imagem mental que vai representar quais são os seus significados imediatos. Esse processo ocorre através da eleição de determinadas características em detrimento de outras, é como se fosse um jogo em que eu escolho um elemento enquanto unificador ou representante de uma imagem visual, por exemplo, ao falar do gaúcho, associamos essa imagem a cavalos, chimarrão, bombacha, aos pampas, esse elementos são elementos constitutivos de uma imagem, que vai por assim dizer representar e formar uma identidade.

Quando falamos em Amazônia, de imediato vem a imagem da floresta, do meio ambiente, dos rios, e dos vários povos indígenas que vivem em seu território. Esse indígena foi pensado e visualizado de varias maneiras no decorrer da historia, ora enquanto “incivilizado”, ou seja, não civilizado, ora como “o bom selvagem” e hoje, é muito pensado muitas vezes pela mídia e pelo senso comum enquanto “defensor da floresta”, tendo uma vida “livre” e “saudável” já que viveria em um “ambiente natural”. É essa imagem que passa a ser transposta para a propaganda.



### **Coca-Cola – Propaganda Guaraná Brasil**

Como se ser natural fosse “viver em natureza” ou “viver na natureza” apresentando assim uma imagem de indígena, de olhos amarelos ou azuis, bebendo um produto industrializado e se sentindo feliz ao fazer isso, como se esse produto fosse uma espécie de gosto de representação da natureza, e ao mesmo tempo dando um aspecto infantil e infantilizado do índio, como se esse estivesse brincando e se divertindo como uma criança.

O indígena, e estou falando aqui não de um indígena específico, mas de um indígena enquanto uma imagem geral passa a ser pensado e visualizado dentro dessa orbita de “vida saudável”, “vida natural”, ou seja, dentro dos parâmetros do mercado de produtos e atitudes consideradas saudáveis, ou seja, a sua imagem passa a ser associada a Amazônia, e portanto ao meio ambiente, e portanto a natureza, é como se fosse um processo de naturalização do índio enquanto homem natural, homem adaptado e vivendo em “harmonia com a natureza”, mas ao mesmo tempo articulando as imagens sobre Amazônia através das imagens que são produzidas sobre o indígena.

Existe aqui um contraponto, entre o índio real, aquele que tem determinadas características físicas e estéticas, que muitas vezes foram rejeitadas pela sociedade ocidental, e existe também o índio imaginado, aquele que aparece “despido” de suas características originais. Como se estivesse próximo a uma determinada “perfeição estética”, ou seja, sem uma barriga proeminente, sem um nariz proeminente, e com características físicas “afiladas” como se tivesse sido “limpo” e retransformado em uma outra imagem, adaptada ao padrão estético ocidental, adaptada portanto ao mercado, ao consumo de produtos ligados a natureza e a um modo de vida considerado saudável.



### **Cunhã Poranga no Festival de Parintins**

Os corpos, principalmente as das figuras femininas, aparecem na propaganda do Festival Folclórico de Parintins, como “corpos malhados”, “corpos definidos” dentro de uma estética tanto de “branqueamento” do elemento indígena, para parecer portanto mais aproximado ao modelo ocidental de beleza, que hoje em dia tem no corpo trabalhado, retrabalhado, seu modelo ideal.



É interessante notar que o que é apresentado na propaganda como sendo características indígenas, o que atrai gente tanto do Estado quanto de fora dos países ao Festival é este discurso proporcionado pela questão ambiental e suas variantes em termos de marketing, como “Amazônia pulmão do mundo”, “guardiões da floresta” entre vários outros clichês que são utilizados como chamariz.

O indígena que é apresentado na propaganda é um indígena genérico, descaracterizado, sem uma identidade própria, onde a figura do pajé, por exemplo, é estilizada como se este fosse uma figura transgênero, ou algo exótico saído de alguma boate de alguma capital no sul, como se essa imagem remetesse a um determinado imaginário do índio americano visto na infância nos programas de TV.



Há um contraponto muito forte entre o real, o índio com sua própria cultura, seu modo de ser suas pinturas, seu grafismo corporal, e o que é representado e imaginado no Festival Folclórico de Parintins enquanto propaganda é como se fosse o estabelecimento da venda de um produto, e esse produto é uma imagem estilizada totalmente desfocada do real.



Figura 15: O pajé registrado por Nunes Pereira (2003, p.88)

Os pajés em varias culturas indígenas não vão ter esses adereços “carnavalizados” que são colocados enquanto propaganda do Festival Folclórico, são etnias com praticas culturais determinadas e que não precisam se sobrepôr aos outros

por uma pretensa “imagem exagerada”, pois não é a imagem que conta mas sim o seu conhecimento sobre ritos, mitos, plantas e curas.

Os indígenas tem uma percepção muito clara sobre o Festival Folclórico de Parintins, e sabem distinguir o que é apresentado como “legítima cultura indígena” o que remeteria a questão da construção de uma “identidade amazônica”, que é construída e reconstruída dentro do Festival utilizando de “cacos” pedaços do que seria a cultura indígena. Cacos estes que como uma colcha de retalhos são remendados, dando outro significado que não representa pelo menos para os indígenas a sua cultura:

As vestes dele é fora do comum, não é do interior, não é do índio não, é da cidade, por que o pajé legítimo mesmo não tem esse negócio não, faz um serviço assim normal, assim so mesmo bermuda, é isso só (...) a dança também não existe isso e uma lenda só, que não é cultura não, é uma lenda. (Entrevista com o Índio Lino, Saterê Mawé, realizada em 10 de outubro de 2012, as 15:00 hs em Parintins Am – na Casa do Índio em Parintins/AM)

É através dessa reinvenção de elementos isolado tais como: pintura corporal, vestes, danças e ritos que temos a criação de uma reinvenção da cultura indígena através do boi, reinvenção esta que não tem por parâmetro indicar ou mostrar como é realmente uma determinada cultura indígena:

Então eu faço uma mistura e graças a deus eu tenho me dado bem nessa mistura, claro também usando passos de dança, os jurados são muito exigentes, uso dança contemporânea e eu nunca fiz curso de dança. (Entrevista Pajé do Garantido/ André Nascimento, Parintins, AM, 10 de setembro de 2012 )

É essa “mistura” de elementos isolados de algumas culturas indígenas, que são “reinventados” para fazer frente a necessidades visuais, que vão compor essa imagem de um índio exótico, estilizado, dentro de um parâmetro que opera com o exótico como elemento de venda de um produto, no caso aqui, o Festival Folclórico de Parintins

enquanto uma “legítima representação da identidade amazônica”, logo ela vai trabalhar mitos, ritos, lendas e histórias da região não importando sua veracidade ou não, pois o que esta em jogo é a imagem sobre a palavra, ou seja, o midiático sobrepujando o real.

A esse respeito é interessante notar o depoimento de um “pajé” de um boi de Parintins, quando ele afirma que na verdade ele representa uma personagem, como se fosse um “ator” desempenhando um papel, e esse índio criado não é um índio real, mas um índio espetacularizado e imaginado:

Ele criou um índio particular espetacularizado, fantasioso e projetado para questões visuais que ele segue um projeto extremamente ligado a questão visual mesmo de cor, forma, aquilo que é visto, aquilo que tem contrastes, que é para ser apreciado de 15 a 10 metros já que se trata de teatro de arena, aí já entra em outras questões que são de figurinos, questões voltadas a teatro de fato.  
(Entrevista Pajé do Garantido/ André Nascimento, Parintins, AM, 10 de setembro de 2012)

Esse processo de teatralização, por ser um espetáculo, como se fosse uma grande obra a ser desempenhada em uma grande Arena, faz com que todos os elementos do Festival operem com a visualização máxima, não importando se estes elementos, ou este excesso de colorido nas roupas, fantasias, e adereços venha a se sobrepor a realidade indígena em seus ritos e mitos.

Foi a criação de um determinado formato nos bois de Parintins, que acabou por operar uma mudança significativa, afastando-se cada vez mais dos elementos do nordeste e valorizando o que veio a se denominar de “cultura amazônica” ou “cultura local”. Há todo um discurso que opera, inclusive em termos de marketing e propaganda com a questão do chamado “resgate cultural”, onde a cultura e a identidade precisariam ser “retiradas” de algum lugar onde não estivesse sendo valorizada. O que é representado e divulgado nas propagandas do Festival Folclórico de Parintins revela que

a figura do indígena é resignificada para vender tanto uma imagem como produtos, onde a própria imagem do indígena entra como produto agregado a uma marca determinada, a Amazônia, marca esta que se tornou o principal veiculador dos variados significados que a região passou a assumir em termos de mercado mundial, articulando assim elementos locais (como a figura do indígena) a necessidades globais, consumos de produtos, sejam materiais ou culturais inseridos na chancela de Amazônia.



### 3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O processo de coleta e seleção das imagens levará em conta aspectos ideológicos presentes no discurso publicitário local e especial noções como miscigenação, cultura popular, tradição e raça. Todas elas deslocam para o fundo da cena as tensões e os conflitos ou as marcas inconvenientes para exibição do “produto-imagem”, do “índio-mercadoria-espetacular”.

O trabalho de análise seguirá as indicações de Michel Foucault, sobretudo o que diz respeito às condições de produção desses discursos e de ORLANDI (1997) no que tange ao ocultamento ou do que designa como política do silêncio para dar conta dos aspectos e sentidos deslocados que invisibilizam aspectos da realidade em uma suposta univocidade ou unidade dos sentidos, um efeito ideológico. Efeito que está configurado em uma suposta unidade do discurso que é um efeito de sentido, como ORLANDI explica, “a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a idéia de curso, de percurso, de correr por, de movimento” (1997, p. 15).

Nessa compreensão os discursos se movem em direção a outros. O discurso ou o sentido desse discurso sempre está atravessado por vozes que o antecederam e que mantêm com ele constante duelo, ora o legitimando, ora o confrontando. A formação de um discurso está baseada nesse princípio constitutivo – o dialogismo. Os discursos vêm ao mundo povoado por outros discursos, com os quais dialogam. Esses discursos podem estar dispersos pelo tempo e pelo espaço, mas se unem por que são atravessadas por uma mesma regra de aparição: uma mesma escolha temática, mesmos conceitos, objetos, modalidades ou um acontecimento.

O discurso é o caminho de uma contradição a outra: se dá lugar às que vemos, é que obedecem à que oculta. Analisar o discurso é fazer com que desapareçam e reapareçam as contradições, é mostrar o jogo que nele elas desempenham; é manifestar

como ele pode exprimi-las, dar-lhes corpo, ou emprestar-lhes uma fugidia aparência (FOUCAULT, 2005; 171).

Para a Análise do Discurso, o sujeito do discurso é histórico, social e descentrado. Descentrado, pois é cindido pela ideologia e pelo inconsciente. Histórico, por que não está alienado do mundo que o cerca. Social, por que não é o indivíduo, mas àquele apreendido num espaço coletivo. ORLANDI (2005) considera que o sujeito de linguagem é descentrado, pois é afetado pelo real da língua e também pelo real da história, não tendo o controle sobre o modo como o afetam.

Apesar de inúmeros trabalhos sobre o Festival Folclórico de Parintins e sobre o Boi-Bumbá, abordarem temas como: indústria cultural, arte, musicalidade, entre outros, não temos muitos trabalhos que tratem da visão do indígena sobre o boi bumbá, de como ele se vê ou não, de como ele é visto ou não, de como sua arte vai estar ou não representada nessa manifestação folclórica. É importante perceber como se dá esse “ver” e ser si e “ser visto”, pois, se tem uma idéia de que o Festival Folclórico de Parintins, e o Boi-Bumbá, tendo sido influenciado pelo Bumba-Meu-Boi do Maranhão e do Ceará, passou a retrabalhar os elementos locais (caboclos e ribeirinhos) lhe dando uma nova significação. No entanto é interessante notar que se o Boi-Bumbá, segundo SILVA (2011):

*Através de suas alegorias e estruturas artísticas, apresenta cenas do cotidiano da vida do caboclo e indígena, como por exemplo, pequenas embarcações e canoas transportando ribeirinhos; na representação teatral incluem também momentos de simulação do trabalho dos pescadores, dos juticultores e dos agricultores dentre outros momentos do cotidiano social amazônico, como o beneficiamento da mandioca, fazendo a farinha; também são inseridas as danças e costumes das populações indígenas. (SILVA, 227: 2011).*

Seguindo essa lógica então seria plausível que quando fosse encenada alguma alegoria, que contasse alguma lenda ou mito indígena, que estes fossem consultados, sobre elementos como a pintura corporal, a historia que se conta, como essa historia é

contada, ou seja, os indígenas deveriam ser consultados quanto a veracidade da narrativa do auto do boi.

Para que essa narrativa fosse verossímil deveria haver então um conhecimento dos inúmeros grupos indígenas, sua história, suas lendas e mitos, para que sua realidade fosse retratada o mais fielmente. No entanto, segundo depoimentos colhidos em entrevistas com indígenas da etnia Saterê Mawé, eles não vêem com bons olhos a forma como são retratados no Festival Folclórico, pois segundo eles, tanto as narrativas quanto elementos como a pintura corporal, e as palavras que são ditas em Saterê estariam equivocadas e fora de contexto. É como se o homem branco acabasse por recontar uma história de maneira não condizente com a realidade de como originalmente esta estória era contada. É um processo que tem a ver de certa forma com uma necessidade de se fazer o que HOBBSAWN (2012) chama de reinvenção das tradições, de se recriar, inventar ou reinventar algo novo como se esse algo novo fosse uma tradição consolidada há muito tempo atrás.

*Falando em boi, a questão de cultura, da identidade, quando apresentam o ritual da tucandeira, se a gente for analisar a cultura que é representada nesses bois, nada num é verdadeiro, as frases que eles cantam, que muitas vezes não são as frases verdadeiras. (Índia Jana – Saterê).*

Se o que é contado, está fora de contexto, segundo a indígena Saterê Jana - como, por exemplo, no ritual da tucandeira, um ritual de passagem que os meninos Saterê, entre os 14 ou 15 anos, fazem para serem considerados homens e guerreiros da tribo, como se fosse uma espécie de maioridade ou passagem de curumim a guerreiro. Se o que é representado nos bois como a verdadeira cultura Saterê, e se esta é negada pelos próprios indígenas, de que história então se trata? De qual narrativa se trata? E de onde tiraram as pinturas corporais que dizem ser indígenas? Isso seria então uma mescla cultural ou uma reinvenção da tradição?

Quem é afinal de contas esse indígena representado nos bois? É um indígena universal ou universalizável? Seria esta uma forma de tornar as tradições indígenas “palatáveis” ao gosto daqueles que não as conhecem? Como ficaria o discurso de que se estaria através dos bois mostrando e demonstrando a “Amazônia para o mundo ver”, com a sua “verdadeira face”, ou seja, cabocla e indígena.

De onde saíram afinal esse misto de encenação e espetáculo, entendido aqui como:

*a multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta de real no mundo comum: celebridades, autores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia. O espetáculo é a aparência que confere integridade e sentido a uma sociedade esfacelada e dividida. (DEBORD, 1988: 35)*

Podemos entender assim que os Bois por estar ligada a lógica do espetáculo, portanto a uma lógica de grandiosidade e de transformação do comum e cotidiano em algo além do real, ou extraordinário, não estão preocupados com essa questão da autenticidade, originalidade ou verdade contida em um determinado mito indígena, mas o que nos surpreende é haver uma discrepância entre discurso e prática, uma vez que todos os bois se colocam como contadores originais de uma verdade ou narrativa transmitido pelo mito ou lenda. É comum se falar que o que é contado nos bois e a história verdadeira de uma determinada tribo ou etnia indígena, de uma determinada lenda ou mito indígena, mas e os próprios indígenas o que acham disso tudo?

Quando e a partir de que momentos os bois passam a integrara em sua narrativa todo uma variedade de lendas, mitos e tradições indígenas? Esse processo passa a ser verificado de forma mais forte a partir dos anos 1990, isso devido a vários motivos, é quando os bois e o Festival Folclórico de Parintins passam de uma festa feita em um

pequeno município do interior do Amazonas, portanto de caráter local, a ter uma abrangência nacional e mundial. Junto a isso há também o fato de ser nessa época que a própria Amazônia passa a ganhar visibilidade enquanto uma problemática mundial ligada a questão da preservação ambiental, bem como do patrimônio cultural, daí surgem expressões como “povos da floresta”, defensores da floresta, entre outros. Os indígenas passam assim, junto com os denominados caboclos e ribeirinhos a terem seu protagonismo ligado ao “destino da floresta”.

O Festival Folclórico de Parintins e os Bois ganham assim uma visibilidade nacional e mundial e se transforma em um grande espetáculo midiático-televisivo. Já não bastava, portanto contar determinadas histórias e narrativas que só eram entendidas pelos locais ou nativas, se fazia necessário assim uma mudança pelo menos no que observamos em dois aspectos básicos: na narrativa a ser contada (a linguagem) e nos padrões imagéticos (imagens) que passam a ser direcionados com vistas a serem transmitidos, ganhando assim uma visibilidade midiática, onde o boi passa de uma armação de pau, a ser um verdadeiro boi-tecnológico, com comandos de fumaça, de virar a cabeça de balançar o rabo, como se fosse um processo de “carnavalização de alegorias”.

No início dois bois de Parintins, em meados do século XX, até meados dos anos 1960, segundo Cavalcanti (2002) os bois era um folguedo como outro qualquer, percorrendo as ruas da cidade e disputando a primazia com outras brincadeiras na cidade, como as quadrilhas juninas e as pastorinhas natalinas. Com a criação do Festival Folclórico de Parintins, em 1965, ao se estabelecer a disputa formalizada entre os dois bois, começa a haver um processo de padronização artística, que vem desde então se sofisticando e tecnologicando-se.

A partir dessa mudança de linguagem e de imagem, vemos uma transformação cada vez maior com vistas aos bois serem reconhecidos não somente como uma expressão da cultura local, mas sim da cultura brasileira, ligando, portanto tematicamente o espetáculo a questões consideradas como de preocupação mundial, tais como: preservação ambiental, povos da floresta, ecologia, entre outros.

É interessante notar que a semelhança do carnaval, o festival folclórico passa a ser não apenas encenado teatralmente e narrado em forma de canção (toada), mas ele passa a ser comentado, ou seja, passa a ter a presença de pessoas que vão, na figura do apresentador, explicando pros demais brasileiros o que significam expressões como: cunhã-poranga, tucandeira, ritual da menina moça, ou seja, passa a explicar determinados códigos que de locais passam a dar sentido ao enredo e a narrativa apresentada.

A fala da indígena Saterê representa essa dualidade entre cultura de expressão local e que portanto deveria estar centrada em uma determinada verdade, quanto a real cultura indígena, e a necessidade de resignificar esses códigos para poderem serem entendidos por todos o que assistem aos bois e participam de sua festa, oferecendo assim uma dupla visão sobre a narrativa dos bois, ou seja, o que significa para os que fazem a festa, os habitantes da Ilha de Parintins no Amazonas e o que significa para os protagonistas da narrativa das toadas, ou seja para os indígenas. É interessante notar que estes veem a festa como algo que não lhes diz respeito em termos de sua cultura real e muitas vezes se sentem ofendidos por serem representados de maneira totalmente equivocada, na medida em que consideram que *é falta de respeito com a nossa identidade, analisando nessa parte, e nada que se apresenta nos bois não tem nada a ver com a nossa cultura, nada, nada, ate a pintura.* (Índia Jana – Saterê).

A pintura, assim como os cantos de guerra, de rituais de passagem, como no ritual da tucandeira ou da menina-moça, tem uma significação específica para os Saterê, tem um determinado contexto em que a história é contada, e esse contexto está estabelecido por vários momentos, por variados tempos, por determinados tabus, sejam eles alimentares ou os ligados aos que se deve ou não dizer em um determinado momento, há palavras que só podem ser ouvidas ou proferidas por homens, há coisas que pertencem somente a universo masculino e, portanto estão interditas ao universo feminino. Há uma série de momentos e elementos que se ligam a uma determinada narrativa, seja eles relacionadas ao tipo de pintura corporal ou adornos, ou aos cantos, e é toda esse universo mítico que os indígenas reclamam não serem representados nos bois.

Pois para se contar a história determinadas partes são suprimidas, não havendo um entendimento do mito ou lenda enquanto totalidade, é interessante notar também que há um desconhecimento da língua indígena ao qual o mito é narrado, no momento em que a indígena Saterê em entrevista fala que *essa fala não é nossa, essas palavras não são nossas*. É como se houvesse uma reapropriação do discurso do outro, da fala do outro, da imagem do outro, que se por um lado procura se inserir enquanto uma “narrativa que se pretende legítima e legitimadora desses saberes, por outro lado passa a ser contestado enquanto um versão, inversão ou invenção, pelos próprios indígenas.

Cabe aqui indagar, se essas pinturas corporais, se as narrativas míticas, se as palavras proferidas não são as que estão nos mitos e lendas originais, de onde vem essa outra “versão” ou “inversão” desses mitos indígenas utilizados pelos bois? Veriam dos livros, de histórias contadas pelos denominados caboclos e repassadas oralmente?

É interessante esse tipo de indagação por estabelecer como se dá o falar e o olhar sobre o outro, quando este outro está próximo, esse outro não é outro distante, é um

outro que se convive no dia a dia, no cotidiano, já que a cidade de Parintins é também um dos lugares de forte presença Saterê, portanto, quando se fala em toada e se encena o ritual da ucandeira não se está falando sobre algo que acontece no Alto Rio Negro, há mais de 1.300 km de Manaus, mas se está falando de algo próximo a cidade de Parintins, portanto caberia haver o mínimo de verossimilhança no que está sendo contado.

Essa idéia de cultura popular, no caso dos bois de Parintins está ligada a ideia de cultura enquanto “resgate”, como se fosse algo perdido ou que fosse se perder, como se existisse uma “cultura pura” e uma impura, ou contaminada, daí o fato dos bois se apresentarem como a verdadeira expressão de uma determinada cultura amazonense ou amazônica. Mas o que seria um cultura amazônica? Quais seriam os critérios para se estabelecer uma determinada cultura amazônica? Seria a representação teatralizada, espetacularizada e encenada de lendas e mitos, tanto de cunho indígena, quanto o denominado caboclo ou ribeirinho? E as outras faces da Amazônia como ficariam? E a Amazônia urbana, a selva de pedra como a capital, Manaus, como seria representada?

Em “O espetáculo do ‘outro’”, Hall (1997) observa as variadas formas como a “diferença” é marcada por filmes e anúncios publicitários do século XIX ao tempo presente, e como aspectos imputados à raça, gênero e etnia são usados para marcar a diferença, através de estereótipos. Essa argumentação possibilita a compreensão de como as práticas de significação estruturam o modo como olhamos e como as formas diferentes (especialmente o “outro”) nos fascinam.

Esse exemplo pode ser dado quando se fala que se é ou se mora em Manaus, as pessoas de outros estados do país, costumam pensar em um ambiente totalmente verde, com muita arborização e florestas próximas, o que não condiz com a verdade. Esse desconhecimento sobre as múltiplas faces, as múltiplas caras da Amazônia leva a uma



criação artificial e artificializada do que seria essa realidade plural, transformando-a em uma realidade singular, somente ligada a rios e matas, com uma representação idílica de um ribeirinho remando em sua canoa e vivendo em total harmonia com a natureza, é como se fosse a imagem do “Bom Selvagem” de Rousseau, agora resignificada dentro de plano ligado a conceitos como meio ambiente, preservação ambiental e, portanto vida saudável.

É essa imagem que é passada quando o indígena passa a ser representado nos bois e, portanto nos meios midiáticos de comunicação, particularmente na propaganda. Será que um determinado produto como o guaraná seria vendido se fosse exposto um indígena real, um pajé real, ou uma mulher indígena real? Em vez de um indígena estilizado, com pinturas ou tipos de ornamentos que não fazem parte de sua cultura?

As imagens não podem ser analisadas através simplesmente de imagens, se faz necessário utilizar-se das palavras, ou seja, de um discurso sobre as imagens para que estas ganhem uma determinada significação. É interessante notar que o processo de mudança ocorrido nos bois, com o estabelecimento de uma determinada temática “indianista” passa a ganhar força a partir da década de 1990, e essa mudança ou foco nessa temática de mitos, lendas, historias, resistências passa a ser contada dentro do que representaria o foco principal do que distinguiria um boi de outro, ou seja, a disputa passa a ser em torno de “quem representa o povo” e quem é o expoente maior da “tradição”. A partir de 1988, o Festival Folclórico de Parintins, com a construção do chamado “bumbodromo” ou Arena, com capacidade para 30 mil pessoas, passa a fazer com que o festival ganhe ares de “Opera na Selva”, pois temos todos os elementos da ópera através da espetacularização da festa, como por exemplo: canto, dança e representação.

A década de 1990 é a década da espetacularização da Amazônia, onde a região se coloca dentro de uma lógica de mercado, em que se torna uma marca mundial conhecida. E nesse sentido, tudo o que diz respeito a Amazônia e sua representação nos meios midiáticos, é combinado e re combinado com a lógica de mercado. Vemos essa questão até mesmo na propaganda do guaraná, onde o rótulo de “guaraná do Amazonas” vai agregar valor tanto econômico, quanto simbólico a este produto. É dentro dessa lógica que vai haver uma inserção de uma representação midiática do indígena, baseado em elementos como “ecologicamente correto”, manutenção e preservação do meio ambiente, defensor da floresta, povos da floresta entre outros. Essa adjetivação levou a um processo de mercantilização da imagem midiática, só que essa imagem é uma imagem construída e reconstruída tendo por parâmetro determinado padrão estético que é oferecido ao mercado, enquanto mensagem-consumo, seja de produtos, seja de serviços, operando assim uma lógica onde *“o Brasil vai ficar rico, vamos faturar um milhão, quando vendermos todas as almas dos nossos índios em um leilão”*.

#### 4. CONCLUSÕES

O processo de mudança na temática e na narrativa dois bois de Parintins, é verificada de forma mais decisiva a partir de 1965, durante a realização do I Festival Folclórico de Parintins, é a partir daí que o indigenismo passa a ser o principal elo de representatividade da denominada cultura amazônica.

Havia a necessidade de se estabelecer elementos que unificassem coisas que apareciam enquanto fazendo parte de um determinado cenário, no caso o amazônico, mas sem uma ligação identitária com esse ser e fazer amazônicos. É aí que a figura do caboclo e do indígena, passam a figurar como os elementos chaves de “construção artificial dessa identidade”.

A disparidade dos discurso tanto dos brincantes do boi, quanto dos indígenas, apontam para uma dissimetria entre o que é representado no Festival enquanto verdadeira cultura indígena e portanto amazônica, e como os indígenas dizem se ver representados nos “Bois”. Eles afirmam que as pinturas estão erradas, que o Pajé não é daquele jeito, que as palavras utilizadas em um determinado ritual, como o ritual da tucandeira ou o ritual da menina moça, tradição Saterê-Mawé, não são as verdadeiras.

A representação dos indígenas na propaganda, principalmente na de guaraná, por ser esse produto, ligado a marca Amazônia, visto ser de origem Saterê-Mawé e portanto ter seu valor de mercado aumentado em decorrência desse fato, apresenta os indígenas em duas vertentes: as mulheres enquanto como se fossem ligadas ao mito das Amazonas, portanto, mulheres belas e esguias, o que não representa a real beleza

indígena, e os homens são representados ora como guerreiros ou ora como pajés de caráter andrógino, como se esse fato fizesse parte da cultura indígena.

Um dos fatos interessantes é que o indígena na propaganda ficou muito associado a questão ambiental, por ter constantemente ligado a sua imagem enquanto “defensor” ou “guardião” da floresta, nesse sentido sua imagem passa uma noção de credibilidade de um determinado produto ou marca, por ser ele associado a um estilo de vida saudável, ligado a natureza, a floresta, ou seja, a todo um estilo de vida e de consumo de produtos considerados orgânicos ou naturais, o que vem de encontro a um nicho de mercado que vê na relação entre homem, natureza e consumo, uma nova forma de vida.

## 5. FONTES E REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. Os Sentidos do Espetáculo. In. Ver. Antropol. Vol. 45 N° 1 São Paulo, 2002

SILVA, Rosangela Gomes da. A Festa do Boi-Bumbá e a reprodução da cultura popular. In. Fragmentos da Cultura, Goiania, V. 21, n. 4/6, p. 229-248, abr./Jun. 2011.

India Jana – Saterê Mawé – Entrevista feita em Parintins, março de 2013. 06 min. Parintins, AM.

CERTEAU, Michel. A escrita da História. Tradução Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

FOUCAULT, Michel. A Ordem do Discurso. ed. 5°. São Paulo: Loyola, 1996.

ORLANDI, Eni. P. Discurso e leitura. Campinas: Cortez/Editora da Unicamp, 1988.

\_\_\_\_\_ (et al.). Sujeito & Discurso. São Paulo: Editora da PUC-SP. 1988.

\_\_\_\_\_. Análise do Discurso: princípios & procedimentos. ed. 6°. São Paulo: Pontes, 2005

\_\_\_\_\_. *Terra à vista – discurso do confronto: velho e novo mundo*. São Paulo: Cortez, Campinas: Editora da Unicamp, 1990.

\_\_\_\_\_. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. São Paulo: Editora da Unicamp, 1997.

\_\_\_\_\_. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.

\_\_\_\_\_. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. Campinas: Pontes, 2001a.

\_\_\_\_\_. *Discurso e texto: formação e circulação dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2001b.

\_\_\_\_\_ (Org.). *Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional*. Campinas: Pontes, 2001c.

## 6. RONOGRAMA EXECUTADO

Nº	Descrição	Ago 201 2	Set	Out	Nov	Dez	Jan 201 13	Fev	Ma r	Abr	M ai	Jun	Jul
	Levantamento bibliográfico	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
	Leituras sistemáticas da bibliografia indicada e produção de reumos				X	X	X	X X	X X				
	Etnografia de imagens relacionadas a cultura indígena				X	X	X						
	Análise interpretativa das imagens coletadas Elaboração de relatório final									X	X	X	X