



Revista Internacional de Folkcomunicação

ISSN: 1807-4960

revistafolkcom@uepg.br

Universidade Estadual de Ponta Grossa
Brasil

Lima, Nair Santos

A Festa das Tribos: perspectivas folkcomunicativas em um cenário de resistência 1
Revista Internacional de Folkcomunicação, vol. 18, núm. 41, 2020, Julio-, pp. 110-134

Universidade Estadual de Ponta Grossa
Ponta Grossa, Brasil

DOI: <https://doi.org/10.5212/RIF.v.18.i41.0006>

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=631766106009>

- [Cómo citar el artículo](#)
- [Número completo](#)
- [Más información del artículo](#)
- [Página de la revista en redalyc.org](#)

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

A Festa das Tribos: perspectivas folkcomunicativas em um cenário de resistência¹

Nair Santos Lima²

Submetido em: 02/10/2020

Aceito em: 27/11/2020

RESUMO

O Festival das Tribos Indígenas ou Festribal é um evento que ocorre anualmente desde o ano de 1995 na cidade de Juruti (Pará), na Amazônia brasileira, e compreende à competição entre as “tribos” Munduruku e Muirapinima, concorrentes dessa manifestação da cultura popular. A Amazônia sintetiza simultaneamente a singularidade e a complexidade de um território que em tempo muito antigo apresentava um cenário abundante, habitado por diversos grupamentos humanos (tribos), além de que, em tempos modernos, agrega marca e produto. A partir do século XVI, com a colonização e a chegada do europeu, houve um tensionamento entre culturas que resultou na *dupla consciência*, efeito da ampla violência que transmutou-se, evidenciando-se nas festas populares. Com foco na diversidade cultural da região e da comercialização de seus produtos, a publicidade criou a “marca” Amazônia, nas festas, na música, na dança, na artesanaria regional etc., e, a partir da origem e projeção da festa, este artigo buscou identificar nas letras das músicas da Festa das tribos, em 2019, modos de resistência representados nessa manifestação da cultura popular e o modo como esse sentimento é expresso. A partir de uma abordagem qualitativa e objetivo exploratório, fez-se uma análise semiótica do evento, por meio do audiovisual na Plataforma YouTube - pela percepção e apreensão dos sentimentos desses povos. Embora ressignificadas, as festas indígenas se perenizaram com base na oralidade, na contação de histórias de seus povos, dos mitos, crenças e das festas vivenciadas por seus antepassados. Essa análise encontra abrigo na teoria da folkcomunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Festival das Tribos; Dupla consciência; Resistência; Folkcomunicação.

¹ Este trabalho decorre das pesquisas realizadas no programa de pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia, da Universidade federal do Pará - PPGCOM/UFGPA, com apoio da FAPESPA- Fundação Amazônia de Amparo a Estudos e Pesquisas.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia - PPGCom/UFGPA.
Correio eletrônico: nslima1405@gmail.com.

The Tribal Festival: folkcommunicative perspectives in a scenario of resistance

ABSTRACT

The Festival of Indigenous Tribes or Festríbal is an event that has been held annually since 1995 in the city of Juruti (Pará), in the Brazilian Amazon, and comprises the competition between the “tribes” Munduruku and Muirapinima, competing in this manifestation of popular culture. The Amazon simultaneously synthesizes the uniqueness and complexity of a territory that in a very old time had an abundant scenario, inhabited by several human groups (tribes), in addition to, in modern times, adding brand and product. From the 16th century onwards, with the colonization and the arrival of the European, there was a tension between cultures that resulted in double consciousness, the effect of the widespread violence that was transmuted, being evident in popular festivals. With a focus on the cultural diversity of the region and the commercialization of its products, advertising created the “brand” Amazônia, at parties, music, dance, regional craftsmanship etc., and, based on the origin and projection of the party, this article sought to identify in the lyrics of the songs of the Festa dos tribos, in 2019, ways of resistance represented in this manifestation of popular culture and the way in which this feeling is expressed. From a qualitative approach and exploratory objective, a semiotic analysis of the event was carried out, through the audiovisual on the YouTube Platform - by the perception and apprehension of the feelings of these peoples. Although re-signified, the indigenous festivals have perpetuated based on orality, storytelling of their peoples, myths, beliefs and festivals experienced by their ancestors. This analysis finds shelter in the theory of folk communication.

KEY-WORDS

Festival of the Tribes; Double consciousness; Resistance; Folkcommunication.

El Festival Tribal: perspectivas folkcomunicativas en un escenario de resistencia

RESUMEN

El Festival de Tribus Indígenas o Festríbal es un evento que se realiza anualmente desde 1995 en la ciudad de Juruti (Pará), en la Amazonía brasileña, y comprende la competencia entre las “tribus” Munduruku y Muirapinima, compitiendo en esta manifestación de la cultura popular. La Amazonía sintetiza simultáneamente la singularidad y complejidad de un territorio que en tiempos muy antiguos tuvo un escenario abundante, habitado por varios grupos humanos (tribus), además de, en los tiempos modernos, sumar marca y producto. A partir del siglo XVI, con la colonización y la llegada de los europeos, se produjo una tensión entre culturas que derivó en una doble conciencia, efecto de la violencia generalizada que se transmutó, manifestándose en las fiestas populares. Con un enfoque en la diversidad cultural de la región y la comercialización de sus productos, la publicidad creó la “marca” Amazônia, en fiestas,

música, baile, artesanía regional, etc., y en base al origen y proyección de la fiesta, esta El artículo buscó identificar en la letra de las canciones de la Festa dos tribos, en 2019, las formas de resistencia representadas en esta manifestación de la cultura popular y la forma en que se expresa este sentimiento. Desde un enfoque cualitativo y objetivo exploratorio, se realizó un análisis semiótico del evento, a través del audiovisual en la Plataforma de YouTube - por la percepción y aprehensión de los sentimientos de estos pueblos. Aunque resignificadas, las fiestas indígenas se han perpetuado a partir de la oralidad, el relato de sus pueblos, los mitos, creencias y fiestas vividas por sus antepasados. Este análisis encuentra refugio en la teoría de la comunicación popular.

PALABRAS-CLAVE

Festival de las Tribus; Doble conciencia; Resistencia; Comunicación popular.

Introdução

O Festival das Tribos Indígenas de Juruti ou Festribal é um evento que ocorre desde o ano de 1995 na cidade de Juruti, no estado do Pará, e descende do festival folclórico constituído de quadrilhas, dança do bumba-meu-boi, carimbó e cordões de pássaros. Na condição de festa indígena amazônica, o festival passou a Festribal, nos moldes dos espetáculos que ocorrem na região, como o festival dos Bois, de Parintins (AM) e do Sairé, de Alter do Chão (PA).

Na última década, o município de Juruti tem experimentado um crescente desenvolvimento econômico que gira em torno da extração e comercialização do minério bauxita³, e isso, de certa forma, implementa o turismo alavancado pelas ações do poder público sobre a festa, a qual se realiza no último fim de semana do mês de julho, anualmente. Este artigo propõe analisar o Festival das Tribos indígenas de Juruti sob o viés da folkcomunicação, como ferramenta de transmissão e perpetuação da festa instituída pelos povos primitivos da Amazônia, cujos registros remetem ao período colonial nesse território.

Com foco no desenvolvimento social, econômico e turístico, a cidade construiu um tribódromo - local de apresentação do evento - no qual disputam o título de campeã as tribos Munduruku⁴ (vermelho e amarelo) e Muirapinima⁵ (vermelho e azul), cujos critérios têm por

³ De 2006 a 2019, a Alcoa pagou cerca de R\$ 222,6 milhões à Prefeitura Municipal de Juruti, R\$ 354,8 milhões ao Governo do Estado do Pará, e cerca de R\$ 79,6 milhões a instituições federais. Disponível em: <https://www.alcoa.com/brasil/pt/pdf/brasil-juruti-fact-sheet.pdf>. Acesso em: 17 set. 2010.

⁴ Os **mundurucus**, também chamados **Munduruku**, **Weidyenye**, **Paiquize**, **Pari**, **Maytapu** e **Caras-Pretas**, e autodenominados **Wuyjuyu** ou **Wuy jugu**, são um grupo indígena brasileiro que habita as áreas indígenas Cayabi, Munduruku, Munduruku II, Praia do Índio, Praia do Mangue e Sai-Cinza, no sudoeste do

base as apresentações e, conferido por meio de quesitos técnicos, como coreografia, porta-estandarte, índia guerreira, pajé, evolução, cantos indígenas, dentre outros. Semelhante à outras festas amazônicas, o Festibal estabeleceu inicialmente um modo de recuperar a história de seus antepassados, por meio da oralidade.

A cultura indígena representada na figura das personagens da festa insere-se na música, nas artes cênicas, nas alegorias e nas danças inspiradas que são nos rituais indígenas. Incluem-se, nesse contexto, os sabores e os saberes primitivos dos povos dessa região, os quais possibilitaram identidades comunitárias geradoras de produtos extraídos da floresta, como os bioinstrumentos, a perfumaria, o artesanato, os fármacos etc., cujo regionalismo sustenta uma marca⁶: “Amazônia” observada e consumida pela publicização dos produtos originados da floresta.

A “marca” sugere uma identidade que agrega valor em razão do arquétipo que o termo suscita, seja pela biodiversidade, preservação de algumas áreas, da matéria-prima dos grandes laboratórios etc., entretanto, a palavra “Amazônia” dos textos publicitários refere-se a um dispositivo de enunciação que remete a um imaginário cultural conformado na ideia de natureza (Amaral Filho, 2008).

Em outra perspectiva, identifica-se um modo de resistência que se manifesta nos cantos-enredos das “tribos” evidenciando traços da cultura regional, da cultura amazônica ou cabocla, cuja fisionomia se tornou a expressão popular dessas populações interioranas da Amazônia. Desse modo, o “grito” no canto permite uma aproximação com as demais

estado do Pará; as terras indígenas Coatá-Laranjal e São José do Cipó, no leste do estado do Amazonas; e a Reserva Indígena Apiaká-Kayabi, no oeste do estado do Mato Grosso. Têm uma população de 11 630 (Fundação Nacional de Saúde, 2010) ou mais indivíduos, distribuídos em cerca de trinta aldeias. O nome “mundurucu” é o nome com que um grupo rival dos mundurucus, os parintintins, os denominam. Significa “formigas vermelhas” e é uma referência ao ataque em massa que os mundurucus costumavam realizar sobre seus inimigos. Disponível em: https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Munduruku#Nome_e_l.C3.ADngua. Acesso em 23 set 2020.

⁵ Muirapinima é nome da Tribo que habitava as margens do Lago Juruti Velho e que deu origem a vila de mesma denominação. Muirapinima também é o nome de uma espécie arbórea, madeira de lei, abundante na região, cuja madeira é de uma beleza ímpar, sendo este um dos motivos dos índios se autodenominarem com este nome, em homenagem a esta árvore, numa clara demonstração de amor a natureza Disponível em: <http://juruti.pa.gov.br/#/paginas/historico-da-tribo-muirapinima>. Acesso em: 23 set 2020.

⁶ A transformação da natureza em produto produziu uma marca global “institucionalizada por parâmetros socioeconômicos e culturais publicizados em escala mundial pelo campo da comunicação” (AMARAL FILHO, 2008, p. 16).

manifestações que ocorrem dentro desse território, além de compreender as relações sociais que se estabelecem na comunidade e nos espaços de produção da cultura regional.

Neste artigo buscou-se analisar os processos folkcomunicativos que possibilitaram a permanência da cultura indígena, oralizada, a partir das histórias de violência e opressão vivenciadas por seus antepassados durante todo o período da colonização, causando a dupla consciência⁷ e que são expressas nas músicas compostas para o evento. Optou-se, portanto, pela análise semiótica (linguagem verbal, visual e sonora) das composições de cada tribo, selecionando as que foram submetidas à votação dos jurados. A ferramenta utilizada para a pesquisa foi a plataforma YouTube, visto que não foi possível a realização do Festribal neste ano de 2020.

Contextualização – o lugar da festa

Juruti é um município brasileiro localizado à margem direita do rio Amazonas, no extremo oeste do estado do Pará, na divisa com o estado do Amazonas. Aldeia da tribo Munduruku localizada no Lago Juruti, local onde se estabeleceu a Missão Jesuíta de Nossa Senhora da Saúde, em 1818⁸. De origem Tupi, o nome significa "colo firme" e refere-se à ave de mesmo nome (a qual fica com o pescoço rígido enquanto canta), espécie comum no período da formação do município. Sua emancipação político-administrativa só ocorreu definitivamente em 1938.

Esse povo indígena é pertencente à família lingüística Munduruku, do tronco Tupi. Sua autodenominação é Wuy jugu. A região onde se encontra o município de Juruti historicamente em períodos distintos teve seus territórios habitados pelas etnias pocós e condurís os quais eram povos nativos de todo o Baixo Amazonas (oeste do Pará)⁹.

Em 2019 a população do município está estimada em 57,9 habitantes¹⁰, 174 comunidades, destas 55 na área de influência direta da mina (IBGE, 2019). O município detém

⁷ Termo relacionado à obra *The Souls of Black Folk* (1903), na qual o autor analisava o indivíduo afro-americano vivendo na condição de sua identidade fragmentária: de um lado ele convivia na condição de colonizado e hierárquico, e de outro na esperança de alcançar e viver numa sociedade igualitária, apesar de suas diferenças.

⁸ Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/para/juruti.pdf>. Acesso em 23 set 2020.

⁹ Disponível em: https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Munduruku#Nome_e_l.C3.ADngua. Acesso em 23 set. 2020.

¹⁰ Disponível em: <https://www.alcoa.com/brasil/pt/pdf/brasil-juruti-fact-sheet.pdf>. Acesso em : 23 set. 2020.

uma grande área de floresta densa dos baixos platôs e dos terraços, onde predomina o bioma de floresta tropical amazônica com árvores emergentes de até 40 m de altura, mas também de cerrados.

O crescimento populacional da cidade gira em torno da bauxita, cujas minas são exploradas pela multinacional norte-americana Alcoa e que há uma década chegou ao município, instalando-se nas áreas da lavra do minério: nos platôs Mauari, Capiiranga e Guaraná, local de floresta densa junto às cabeceiras do igarapé Juruti Grande.

No Brasil, além da unidade em Juruti (PA), a Alcoa possui outras duas unidades produtivas, em Poços de Caldas (MG) e São Luís (MA). Conta ainda com escritórios em São Paulo (SP), Poços de Caldas (MG) e Brasília (DF). A empresa tem participação acionária na Mineração Rio do Norte (MRN) e nas usinas hidrelétricas de Machadinho, Barra Grande, Serra do Facão e Estreito.

Figura 1 – Imagem aérea da cidade de Juruti e da área da mina (ALCOA)



Fonte: foto de Vander Nascimento disponível na internet¹¹

¹¹ Disponível em: <https://www.skyscrapercity.com/threads/juruti-pa-e-seu-grande-projeto-de-minera%C3%A7%C3%A3o.943150/>. Acesso em 05 dez. 2020.

Em busca na internet relacionada à mineradora, encontra-se uma publicação sob o título *Fact Sheet* na qual, sobre o impacto econômico, consta:

Aproximadamente 449 empregados e 1.607 terceiros trabalham na mina, estimando-se que 81% dos empregados são originários do estado do Pará, 39% destes sendo de Juruti. Cerca de 21.7% dos nossos Alcoanos são mulheres. • De 2009 a 2019, as operações de Juruti geraram R\$ 61,3 milhões em royalties para a Acorjuve (Associação da Comunidade Rural de Juruti Velho), R\$ 8,4 milhões em royalties para o Iterpa (Instituto de Terras do Estado do Pará), e mais R\$ 90,9 milhões em royalties para a Prefeitura Municipal de Juruti. Também em royalties o Governo do Estado recebeu mais R\$ 32 milhões e a União, R\$ 16,7 milhões. • De 2006 a 2019, a Alcoa pagou cerca de R\$ 222,6 milhões à Prefeitura Municipal de Juruti, R\$ 354,8 milhões ao Governo do Estado do Pará, e cerca de R\$ 79,6 milhões a instituições federais¹².

Além dos *royalties* destinados ao município, o extrativismo vegetal e animal são também fontes de renda de uma parcela da população, ou seja, da exploração da madeira e do comércio do açaí *in natura*, da castanha-do-pará e cupuaçu. Do mesmo modo tem destaque a pesca artesanal e o beneficiamento da farinha de mandioca, entretanto, a cidade passou a ter visibilidade a partir do Festribal – que se estabeleceu em torno de uma lenda.

Conta a lenda que um dia nasceu na aldeia Munduruku, às margens do Lago do Juruti-Velho, um curumim com traços étnicos diferentes. A criança era mais clara que o restante da tribo e tinha os cabelos ruivos, causando forte rejeição. A família do curumim se revoltou contra o cacique da tribo e decidiram abandonar a família tribal juntamente com outros integrantes.

O grupo dissidente passou a viver em um bosque de Muirapinimas, árvore cuja madeira de lei era utilizada para a fabricação de móveis no período colonial e, em homenagem à árvore, a nova tribo se autodenominou Muirapinima tornando-se inimiga da sua antiga Tribo, Em razão desse conflito as duas tribos passaram a competir entre si, culminando no Festribal.

O evento tem duração de seis horas e é composto por alegorias, fantasias, rituais e danças que representam os confrontos indígenas do passado de cada povo.

¹² Disponível em: <https://www.alcoa.com/brasil/pt/pdf/brasil-juruti-fact-sheet.pdf>. Acesso em : 23 set. 2020.

A dupla consciência nos traços da cultura espetacular

A concepção de dupla consciência imprime a ideia de identidade dividida, entre a consciência do colonizador e do colonizado e faz referência ao duplo processo de ocidentalização, do pensamento mestiço, da racionalidade subversiva que forjou a organização do mundo, culturalmente, visto que não se fixou em um espaço geográfico e, portanto, possibilitou certa delimitação hierárquica dos povos ao destacar o *eu* dos *outros*.

De maneira geral, a “dupla consciência” é um lugar de discussão sobre mestiçagem, processo que é histórico, político, de difícil apreensão e continuamente invisibilizado. Para Du Bois, a dupla consciência é o resultado de deslocamento e reterritorialização dessas populações e das experiências, cujo movimento determina novamente o sentimento de pertença (Gilroy, 2001).

A ideia de movimento insere-se à de cultura enquanto mestiçagem heterogênea, e é desse lugar de cultura, das manifestações populares da região que se buscou apreender essa dinâmica, porém, é recorrente os termos que designam as populações da Amazônia, quer sejam a elas referidos como caboclos, índios, amazônidas ou povos da floresta, entretanto, a noção de povo é questionada, visto que estão presentes em sua constituição as “diferentes camadas históricas”, como explica Dussel:

O povo, como o conjunto orgânico das classes, etnias e outros grupos oprimidos, como "bloco social", é o sujeito histórico da cultura mais autêntica, a cultura popular latino-americana. Ela vem de longe, da época em que os primeiros asiáticos atravessaram o estreito de Bering, e continuará adiante. Em todas as mudanças, em todos os processos de libertação, esse povo se expressa de alguma maneira, mas hoje, mais do que nunca no passado, esse povo cresce e se afirma (DUSSEL, 1997, p. 190).

Nessa concepção de crescimento e afirmação desse povo, Melo (2008, p.76) afirma que “As festas populares configuram-se como iniciativas mobilizadoras das comunidades humanas, assumindo dimensões culturais, religiosas, políticas ou comerciais (...)”. São eventos que vêm na vanguarda de outras festas populares, de outras comunidades ou populações, que promovem o produto ou o bem mais valioso que cultivam, a fim de inserir-se nesse espaço de cultura. Ressalta-se, porém, que paralelamente a esse movimento, as empresas promotoras de eventos também surgem negociando os shows, pousadas, passeios e tudo que o turismo pode alcançar.

Essa percepção corrobora com a afirmação de Melo (2008), segundo a qual “(...) elas se caracterizam estruturalmente como processos comunicacionais, cujos conteúdos abrigam diferentes manifestações da sociedade, potencializadas ou apropriadas pela mídia” (ibidem), entretanto, nessa perspectiva, Trigueiro (2001, p. 148) justifica que “a incorporação de bens simbólicos modernos nas festas tradicionais não elimina a cultura folk, mas a transforma e insere no novo mercado de consumo da sociedade midiática”.

Em se tratando de Amazônia e, portanto, de marca, no âmbito do marketing, “como representação simbólica de uma entidade que permite a identificação imediata da empresa (...) e tem como visão desenvolver, fortalecer, defender e administrar a empresa e o negócio.” (AMARAL FILHO, 2016 p. 53). Esse trabalho, ou o *branding*, cria a identidade – conceito de valor e positividade –, além, do conceito ou mensagem com foco no destinatário. Ou ainda, “uma construção social a partir de um lugar onde são produzidas as leis do mercado e estes conjuntos de relações que são estruturadas a partir delas” (Ibidem). Do olhar de pesquisador e amazônida, o autor declara:

A imagem da Amazônia, como uma marca, é constituída a partir de estereótipos genéricos como floresta, rios, bichos, índios que estão no imaginário universal e que se juntam a outros de um imaginário popular representado no imaginário mítico como o Boto, a Boiuna, a Iara. Acrescente-se a estes outros conceitos trazidos pelos viajantes como inferno verde, pulmão do mundo, celeiro do mundo, que amplia e se refina possibilitando à publicidade oferecer para a Amazônia outros conceitos ainda, estes trazidos do conhecimento científico, como um inventário simplificado da ciência, em que se apresentam a biodiversidade, o manejo florestal e o desenvolvimento sustentável, entre tantos outros, oriundos do discurso científico (AMARAL FILHO, 2016: 41/42).

Constituída como uma marca, por sua natureza polissêmica, o termo Amazônia passa a conferir valor aos produtos e serviços pelo alto grau de publicidade que a palavra agrega, quer sejam aos bens simbólicos quanto aos produtos, cujas “matérias-primas” são de origem amazônica. Na sistematização da marca Amazônia, em um primeiro momento, a publicidade e a propaganda trabalham com base no extrativismo. A fim de justificarem suas ações, os discursos remetem ao protecionismo ambiental e a melhoria da qualidade de vida dessas populações.

Outra vertente se volta aos produtos simbólicos que têm origem nas manifestações da cultura popular na região, que, mesmo aparentemente, tendo certa diversidade, são percebidos como um gênero sob a classificação de “espetáculos culturais”, assim como o Boi

de Parintins, O Sairé em Santarém (PA), as Tribos de Juruti (PA), a Ciranda de Manacapuru (AM), a Flor do Maracujá (RO), o Marabaixo em Macapá (AP) que nascidos e organizados na economia local, geram o ‘produto’ simbólico e definem o modo de produção e o valor a ser concedido (Amaral Filho, 2016).

Os rituais da cultura popular na Amazônia têm por base o período da colonização da região por meio da educação incluída pelo jesuíta, na poesia, música, teatro, a qual na fusão com a crença, mitos e festas aqui encontrados resultou nos espetáculos que se vê na contemporaneidade, ou seja, das festas agrícolas e religiosas aos grandes eventos, nos moldes do turismo e do consumo.

Esses espetáculos resultam de uma visibilidade amazônica criada pela arte popular e conduzida como produto para a mídia. Nessa perspectiva, os espetáculos amazônicos podem ser classificados em três categorias: os que se originaram da visibilidade ritual, como o Sairé, Marambiré e Marabaixo; os que surgiram da “iluminação poética dos mitos”, como da lenda do Boto, o Boiuna, o Poromina-Minare, Tambatajá e Iara; e os que nasceram das artes populares, como o Boi Tinga, o Boi-de-Parintins e o pássaro junino (PAES LOUREIRO, 2001, p. 121). A partir daí,

No momento em que a mídia agendou os rituais da cultura popular, eles passaram por um processo de enquadramento, visando principalmente, a publicização para atrair para as festas um público externo que compõe em boa medida a plateia destes espetáculos (AMARAL FILHO, 2016, p. 67).

As linguagens da festa: Sonora, visual e verbal

“[...] há apenas três grandes matrizes de linguagem e pensamento: sonora, visual e verbal, a partir das quais se originam todos os tipos de linguagens e processos signícos que os seres humanos, ao longo de toda sua história, foram capazes de produzir” (SANTAELLA, 2001, p. 20).

As linguagens, em todas as suas formas, imprimem processos de comunicação, qualquer que seja o tipo, ordem ou espécie, com isso criam vínculos que se constituem pelas formas diversas de reciprocidade comunicacional, afetiva e dialógica, entre os indivíduos. [...] “Afim, não há, de modo algum, comunicação, interação, projeção, previsão, compreensão etc. sem signos”, (SANTAELLA, 2008, p.04).

Por meio das linguagens os processos de comunicação são efetivados, criam vínculos, trocas afetivas e dialógicas entre os indivíduos. Essas linguagens suplantam a comunicação verbal e a escrita, uma vez que a comunicação não verbal se estabelece entre os seres humanos por meio de símbolos e pela gestualidade ou linguagem corporal. Tais processos constituem o amplo campo da comunicação e estruturam a organização social, ao conferir coerência aos grupos de indivíduos.

Figura 2 - Festival das Tribos de Juruti



Fonte: O Liberal¹³

No âmbito do Festival das Tribos, a comunicação não verbal é parte essencial da construção do evento, como: os artefatos utilizados (objetos, roupas etc.); a distribuição espacial - que é a posição que os corpos ocupam no espaço -, tanto entre eles quanto em relação a espaços determinados. Outras formas de comunicação transmitem imagens e símbolos, como os contos e as lendas, e que sempre estiveram presente entre os nativos, além das experiências vivenciadas nos rituais.

Na Amazônia, inventamos nossos mitos encharcados de poesia para podermos viver na desmedida solidão de rios e florestas. Mitos de encantados que são o próprio recolhimento da palavra no sagrado dos mitos, até que a palavra se torne, ela mesma, o sagrado que se mostra na poesia (LOUREIRO, 2001, p.285)

Essa observação permite compreender que como espaço social a festa das tribos é uma reunião de fatos, vivências, experiências, as mais variadas, e que na preparação do

¹³ Disponível em: <https://www.oliberal.com/cultura/disputa-entre-tribos-encerra-festival-das-tribos-de-juruti-neste-s%C3%A1bado-1.176512>. Acesso em: 18 set 2010.

Festribal esse conjunto de saberes, de modos de vida são também partilhados, além de nivelados, a fim de que haja organização nesse ajuntamento de cultura.

Por meio dessa manifestação os valores circunscritos nas experiências dos mais velhos, vivenciados em tempos idos, construídos nas relações sociais, são difundidos e perduram até hoje, apesar de reatualizados ou transmutados. Vale ressaltar que o Festribal ganhou *status* de Patrimônio Cultural do Pará desde o ano de 2008.

Esse ambiente, construído historicamente, não foge às ações mercadológicas que contemplam manifestações de caráter popular, submetendo-as à dinâmica de mercado da indústria cultural; porém, antes de se tornar um produto comercial da marca “Amazônia”, o Festribal congrega a comunidade e, com isso, reforça o “sentimento de unidade do grupo, realimenta a autoestima [...] mobiliza a união de todos em torno de uma expressão de crença e beleza” (LOUREIRO, 1995, p.147)

Para além desse sentimento de pertença, os participantes do Festribal, ao trazerem à tona as lembranças de um passado de subserviência, tornam esse evento essencialmente comunicativo, pela forma libertária de contar, exprimir, revelar as memórias de seus ancestrais, em um misto de dor e prazer, e que se observa quando dos primeiros acordes musicais. O efeito contagia, mobiliza a plateia e explode em cor, som e luz, ou seja, o espectador vira dançarino, isto porque a linguagem é intrínseca à dança.

De modo amplo, concebem-se as festas constituídas das relações sociais da comunidade, as quais Simmel (1983) denomina de sociabilidades, cujas tramas são tecidas, tornando-as ressignificadas. Simmel (1983) concebe como interações sociais as trocas simbólicas que permeiam o ambiente da festa. Como processo social básico é o que constitui a sociedade, ou seja, a pluralidade e as várias formas de interação forma o substrato social.

Nesse movimento de consenso e conflito, competição, fazer, desfazer, refazer, um permanente vir-a-ser promove o ambiente da festa por meio dessas múltiplas interações, as quais denominamos de sociabilidade. Essa categoria sociológica é definida por Simmel (1983, p.169) como “a forma lúdica da sociação” (inúmeras formas de realização de seus interesses), que não se fixa às necessidades e interesses específicos, mas que “se desenvolvem conjuntamente em direção a uma unidade no seio da qual esses interesses se realizam” (SIMMEL, 2006, p.60).

Na origem dos estudos sobre a festa, Durkheim esclarece que,

[...] toda festa, mesmo quando puramente laica em suas origens, tem certas características de cerimônia religiosa, pois, em todos os casos ela tem por efeito aproximar os indivíduos, colocar em movimento as massas e suscitar assim um estado de efervescência, às vezes mesmo de delírio, que não é desprovido de parentesco com o estado religioso (DURKHEIM, 1968, p. 547).

Na cultura brasileira as festas refletem, dentre outros significados, momentos de conagração da comunidade, manifestos em seus objetivos, propósitos, ou ainda, na tradição de cada povo. Dentre as demais manifestações das culturas regionais brasileiras, as festas amazônicas permitem diferenciá-las, quer sejam pela indumentária dos brincantes ou pela sonoridade específicas das composições, intensamente difundidas tanto no ambiente interno das “tribos” quanto nos meios de comunicação, no período dessas festas.

Antes, porém, não se pode esquecer que “os grupos e os povos da Amazônia formam uma individualidade singular que se expressa em vivências de cumplicidade com os seus ambientes sociais e naturais” (FREITAS, 2008, p. 13). Essa relação com a natureza ocorre por meio da cultura que “é a mais profunda e complexa forma de conexão entre a vida interior e exterior de indivíduos e coletividades”¹⁴.

Um modo de resistir na cultura indígena

Em uma leitura minuciosa das composições do Festribal (2019), percebe-se que as festas indígenas mesmo na contemporaneidade ainda “guardam lembranças de um passado que se perdeu na voragem da conquista” (SOUZA, 2001, p.26), e que “celebrar festivamente as origens não é pois um simples retorno lembrador ao passado enquanto passado, mas a memória participativa de um passado matricial que envolve, incorpora e identifica o presente de quem celebra” (TEIXEIRA, 2010, p. 31).

Antes de transformar-se em Festribal, em 1995, o Festival Folclórico de Juruti, que surgiu em 1993, apresentou uma dança com coreografia indígena de nome Tribo Munduruku, a qual incluía cordões de pássaro, quadrilhas, boi-bumbá e carimbó. Os organizadores, a fim de inclui-la como categoria do festival, criaram no ano seguinte outro grupo, intitulado "Tribo Muirapinima" para concorrer com os Munduruku. A primeira disputa entre as duas tribos ocorreu em 1995.

¹⁴ Ibidem

A festa das tribos (2019) ou o 25º Festibal trouxe o tema “Resistência Indígena no Coração do Brasil” e, entre as diversas composições para os dias do evento, imprimiu-as com tenacidade e valorização a força dessa cultura. Mostra-se a resistência indígena configurada em todo o processo histórico de violência e opressão na região desde a chegada do colonizador.

A questão do pertencimento, sobretudo, do espaço geográfico, pode ser percebido no Hino do Município de Juruti, cujos versos apresentam palavras, expressões e sentimentos que são transportados para as músicas da festa das Tribos,

Da Amazônia, és recanto altaneiro
Diz teu nome a nobreza Tupi
Tuas raízes de sangue brasileiro
És orgulho dos teus filhos Juruti.
(...)

Entre as cores da tua bandeira
Fulge a honra de um povo que é forte
Nós te amamos ó pátria brasileira
Mas com orgulho gritamos
Somos filhos do Norte.

Letra e música de: Francisco José Alfaia de Barros

As duas tribos indígenas de Juruti, autodefinem-se como Tribo Munduruku e Tribo Muirapinima e cada grupo se apresenta com 800 pessoas/integrantes, que serão julgados por uma comissão externa (profissionais de outras regiões do País) que atribuem notas para evolução, apresentador, pajé, letra e música etc.

No ano de 2019, o título de campeã foi conquistado pela Tribo Muirapinima que apresentou o tema “legado indígena”.

Figura 3 – Imagem simbólica do tema do 25º Festribal



Fonte: imagem da internet¹⁵

Munduruku

Os Munduruku habitavam a região dos Rios Madeiras e Tapajós, no oeste do estado do Pará. Entretanto, pelas lutas travadas com outros povos, mudaram de suas terras chegando ao atual município de Juruti por volta de 1818, ano de fundação desse município. Viviam da pesca, da caça, da agricultura e de outras atividades. Prestavam adoração a Rairú, grande protetor de dessa tribo, por isso, Juruti é considerada o berço Munduruku.

Figura 4 – Cenas da apresentação da tribo Munduruku



Fotos: **Wigder Frota**

¹⁵ Disponível em: <https://trance.com.br/festivais/resistencia-mainfloor-2019>. Acesso em: 18 set 2020.

Na apresentação de 2019, a Tribo Munduruku chamou os povos do mundo inteiro para bradar em uma só voz: Brasil, não silenciarás nosso canto ancestral, como proposta de ser a luz da resistência para guiar a luta nos tempos sombrios.

De acordo com Edwander Batista, membro da tribo, cinco séculos se passaram e a luta continua. “O nosso canto ancestral ainda ecoa nos pátios das aldeias, dentro das florestas ou nas cercanias das grandes periferias urbanas. Querem nos tornar órfãos em nossa própria Pindorama, a Mátia dos Povos Indígenas, a mesma que foi brutalmente transformada no Brasil dos caraíbas, onde sempre se tentou negar o nosso direito de ser e existir”¹⁶, afirmou.

No 25º Festribal, a Tribo Munduruku surgiu homenageando as Amazonas, lendárias mulheres que habitavam a região do rio Nhamundá, entre os estados do Amazonas e Pará. No texto de Patricia Pereira (2016), para a revista SUPER Interessante, sob o título Amazonas: lenda ou realidade. As índias brasileiras icamiabas eram parecidas com as Amazonas da mitologia grega. Elas viviam sem homens e defendiam-se com arcos e flechas”¹⁷.

O nome Amazonas, que batiza o maior Estado do Brasil e um dos maiores rios do mundo, tem sua origem em uma lenda grega que veio parar em terras brasileiras. Quando expedicionários europeus, liderados Francisco Orellana, chegaram à região que hoje pertence à Amazônia, em 12 de fevereiro de 1542, encontraram um grupo de índias guerreiras. Segundo os relatos, elas lutavam nuas e viviam em tribos isoladas, sem homens. Eram chamadas pelos índios de icamiabas. Por seus costumes, elas lembravam as lendárias Amazonas da mitologia grega, que viviam na Ásia Menor, e logo foi feita a associação entre elas. As icamiabas eram mulheres altas, musculosas, de pele clara, cabelos compridos e negros, como descreveu o frei espanhol Gaspar de Carvajal, que fazia parte da expedição de Orellana. Ele disse tê-las visto às margens do rio Nhamundá, na divisa dos Estados do Pará e do Amazonas. As índias não permitiam a presença de homens na tribo e, para afastá-los, lutavam com arcos e flechas. Diz a lenda que, para se tornarem exímias arqueiras, arrancavam o seio direito. “A versão mais aceita era que elas atavam o seio direito com uma faixa, parecendo assim que não tinham um dos seios”, diz a historiadora e especialista em folclore Rosane Volpato. A palavra icamiaba significa “a que não tem seio”, segundo o estudioso João Barbosa Rodrigues. Essa versão encontra respaldo na lenda grega que dizia que as Amazonas queimavam o peito das meninas ainda crianças para que não atrapalhasse o lançamento da flecha. “Essa história não tem nada a ver com nossas icamiabas. Sem seio são as Amazonas asiáticas, não as brasileiras”, afirma o indigenista João Américo Peret. Para Rosane, “é pouco provável que as índias inutilizassem um seio porque amavam como mulheres, defendiam-se como guerreiras e multiplicavam-se como mães”,

¹⁶ Disponível em: <https://www.amazonasemais.com.br/outros-destinos/brasil/para/festribal-a-maturidade-nas-cores-e-coreografias-da-festa-das-tribos-em-juruti-pa/>. Acesso em 23 set 2020.

¹⁷ Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/amazonas-lenda-ou-realidade/>. Acesso em 23 set. 2020

(Da Redação - Atualizado em 31 out 2016, 18h23 - Publicado em 30 set 2006, 22h00)¹⁸

Sob as cores amarelo e vermelho e o título ‘Brasil, não silenciarás o nosso canto ancestral’, a tribo Munduruku, na apresentação de 2019, fez lembrar que os povos indígenas continuam sendo explorados desde a chegada do estrangeiro. E, assim, cantaram:

Raça Munduruku sinta a emoção do verdadeiro amor/ Cante com emoção
Mundurukus eu sou/ Nada me separa dessa tribo/ Meu sentimento é
verdadeiro e guerrido/ Aqui é forte a emoção, Eu sou dono desse chão[...] vibra,
me contagia, você é a energia da raça/ Sinta o banheiro, faz um banheiro [...] Mundurukus é minha paixão, é sangue / é raça.

Muirapinima

Figura 5 – Festribal 2019/ Tribo Muirapinima



Foto: **Wigder Frota**

Denomina-se a Tribo que habitava as margens do Lago Juruti Velho – parte antiga da atual cidade de Juruti - e que deu origem a vila de mesmo nome. Muirapinima é também o nome de uma árvore comum da região, mas por sua beleza e tipo de caule é considerada de grande valor, ou seja, é “madeira de lei”, por isso os índios se autodenominarem com o nome dessa árvore, em homenagem e amor pela natureza.

A Tribo Muirapinima é a azul e vermelho e trouxe o canto “Legado Indígena” ressaltando a importância dos povos indígenas impresso nos costumes e tradições, lendas,

¹⁸ Disponível em: <https://super.abril.com.br/historia/amazonas-lenda-ou-realidade/>. Acesso em 23 set. 2020

indumentárias e o modo de vida, destacando o amor pela mãe-terra e a necessidade de proteção e preservação do meio ambiente. A ideia era chamar a atenção do País para o legado dos seus ancestrais.

Na justificativa do tema, a tribo destacou as crenças, a sabedoria milenar, as lutas e glórias, os costumes repassados de geração a geração, exaltados com cantos e danças, ao redor da fogueira. A mensagem passada foi da mãe-terra, adorada e reverenciada por todos os povos originários do Brasil que está no limite. Os ensinamentos deixados pelos grandes pajés e chefes tribais, através dos milênios, foram desperdiçados, dizimados, pela cobiça e ambição do homem branco. Diante da realidade em que se encontram os direitos dos povos originários do Brasil e com o propósito de levantar a questão a respeito da preservação da história, a Tribo Muirapinima se apropriou do tema “ Legado Indígena” para defender o papel importantíssimo que os povos indígenas possuem na formação do povo brasileiro, através dos costumes e tradições, lendas, indumentárias e modo de vida, que permanecem entranhados no cotidiano e que incentivam a clamar pela preservação da natureza.¹⁹

O canto é denominado “Espírito” e expressa muita emoção:

Oh, oh, oh, oh/ Deixa fluir a emoção azul-vermelha/ e vem cantar com a nação Muirá. [...] Muirapinima é amor...é garra e calor. Vem pro delírio da galera azul e vermelha/ que comanda a alegria dessa festa/ quando toca o regional [...] Muirá é magia, a luz que nos guia e faz cantar minha nação [...].

As composições descrevem elementos da natureza sob o olhar de quem vivencia essa realidade, como canções eivadas de simbolismo, que excedem uma simples perspectiva histórica ou religiosa, que fazem alusão a uma região primitiva ou colonial e, ao mesmo tempo, integra toda a comunidade ao inserir valores sociais comuns para a comunidade ribeirinha, como a utilização do termo banzeiro, com o rio sempre presente nos hábitos desse povo.

Anualmente a festa se reinventa. Novos ritmos, sons, melodias, magia etc. A população, entre turistas e brincantes, aumenta e, como nas demais localidades da região que vivem essas festas, a comunidade fica mais coesa, embora “concorrente” entre si, em função da superação do título ou da conquista em potencial.

¹⁹ Disponível em: <https://www.amazonasemais.com.br/outros-destinos/brasil/para/festibal-a-maturidade-nas-cores-e-coreografias-da-festa-das-tribos-em-juruti-pa/>. Acesso em 23 set. 2020.

A Folkcomunicação – da origem e permanência da festa das tribos

Antes de analisarmos o Festibal 2019 por meio de composições musicais e a mensagem que é transmitida, faz-se necessário a compreensão da teoria da folkcomunicação, a fim de que se possa entender o fenômeno “Festa das Tribos”, de Juruti (PA).

A folkcomunicação abrange um “conjunto de procedimentos de intercâmbio de informações, ideias, opiniões e atitudes dos públicos marginalizados urbanos e rurais, através de agentes e meios direta ou indiretamente ligados ao folclore” (BELTRÃO, 1980, p.24). Foi como o jornalista Luiz Beltrão de Andrade Lima apresentou, ao defender sua tese de doutoramento: “Folkcomunicação - Um estudo dos Agentes e dos Meios Populares da Informação de Fatos e Expressão de Idéias”, em 1967.

Beltrão investigava de que modo às classes populares obtinham informações e como lidavam com essa realidade, visto que o modelo utilizado pelas classes populares, até então, não era percebido pelos meios formais de comunicação. A partir dos estudos científicos, os canais populares de informação passaram a ser compreendidos e apropriados à realidade dos grupos sociais.

Nesse contexto, Beltrão percebe a importância do líder de opinião e do papel que este desempenha frente aos veículos de massa, e afirma que “a principal influência da comunicação de massa é secundária, pois decorreria da discussão da mensagem no grupo” (BELTRÃO, 1980, p. 30). Tais pressupostos sustentaram o estudo das manifestações populares e do folclore no âmbito da comunicação popular favorecendo os modos de manifestações da cultura de cada povo, assim, Beltrão identifica alguns deles:

As classes populares têm, assim, meios próprios de expressão e somente através deles é que podem entender e fazer-se entender. Tais meios são, ainda, em grande parte aqueles mesmos que lhes serviram na fase da Independência: - a literatura oral, com os cantadores, as histórias e anedotas, os romances cheios de moralidade e filosofia: o jornalismo ambulante dos caixeiros-viajantes, dos choferes de caminhão, dos frades e padres missionários ou dos vigários nas “desobrigas”, dos passadores de bicho de engenho a engenho enchendo as “poules” e conversando fiado, dos canoieiros do São Francisco, do Amazonas e seus afluentes; ou a literatura escrita, com os folhetos de romance ou de época, os boletins de propaganda eleitoral com os “credos” e paródias de orações católicas, os almanaques de produtos farmacêuticos, os calendários e as folhinhas, os livros de sortes, as publicações periódicas e avulsas impressas em

prelos manuais; ou ainda, a linguagem simbólica e eloquente dos autos e entretenimentos, que se praticam nas festas religiosas e cívicas, no São João, no Natal, durante o tríduo de Momo ou nos aprontes de marchas dos blocos ou de sambas das escolas das favelas, nos “candomblés” e “xangôs”, na Semana Santa. E também pela “fala” expressiva das peças de artesanato, de escultura, de quadros, de móveis e utensílios rústicos. (BELTRÃO, 2014, p. 112).

O termo folclore, entretanto, surgiu em meado do século XIX, nos escritos de William J. Thoms, escritor e folclorista britânico, o qual buscava investigar o que havia de interessante “nas antiguidades populares, que ainda se podia salvar com ‘esforços oportunos’”. Prevalencia, então, a idéia de que o Folclore era constituído por sobrevivências exóticas de uma cultura em extinção (GADINI; WOITOWICZ, 2007, p. 26)

Na concepção de Marques de Melo há distinção entre os dois termos, enquanto o Folclore “compreende formas interpessoais ou grupais de manifestação cultural protagonizadas pelas classes subalternas”, a Folkcomunicação se refere à “utilização de mecanismos capazes de difusão simbólica de expressar, em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural” (2005, p. 06).

Estudiosos da área reunidos no I Congresso Brasileiro do Folclore, em 1951, redefiniram e ampliaram as concepções do termo de origem inglesa, na apresentação da Carta do Folclore Brasileiro, na qual constava que “constituem o fato folclórico as maneiras de pensar, sentir e agir de um povo preservadas pela tradição popular e pela imitação (...) e embora de caráter abrangente foi novamente alterada na releitura para o VIII Congresso Brasileiro de Folclore, em Salvador²⁰. Nesse entendimento o folclore consiste de

(...) o conjunto das criações culturais, baseado nas suas tradições expressas individual ou coletivamente, representativo de sua identidade social. Constituem-se fatores de identificação da manifestação folclórica: aceitação coletiva, tradicionalidade, dinamicidade, funcionalidade (GADINI; WOITOWICZ, 2007, p. 29).

Nesse sentido, as festas amazônicas estão inseridas em um campo de estudos teórico e transversal, no qual considera que os grupos sociais, tanto da cidade quanto do campo sem acesso à mídia hegemônica, reivindicam espaços de sociabilidades, a fim de efetivamente

²⁰ Congresso Brasileiro de Folclore (8:1995: Salvador, BA. Anais. Rio de Janeiro: UNESCO, Comissão Nacional de Folclore, 1999, 249 p.223 e ss.

organizarem seus encontros, estabelecerem vínculos sociais, os mais diversos, e pensarem suas festas por meio dessa ferramenta – a folkcomunicação.

Ressalta-se, porém, que esse olhar se manifesta, ainda, nos folhetos de cordel, nos grafites urbanos, nas frases de para-choque de caminhão, dentre outras, e no caso da Festa das Tribos, em todos os signos: sonoro, visual e verbal expressos na magia do evento. Esse modo de festejar dos povos primitivos da Amazônia, segundo Daniel (2004) refere-se a um modo particular, em cuja obra afirma que os índios eram “muito amigos de festas, danças e bailes” e, nesses eventos, entregavam-se a memoráveis “beberronias”.

Com efeito, a música foi utilizada para seduzir os índios e atraí-los para os conventos, “pelo tom alegre dos sinos, dos cânticos, das danças e da própria cerimônia da missa, que seu espírito bárbaro nunca penetrou religiosamente, senão como um ato comum de movimento social” (MORAES, 1937, p. 153 apud DANIEL, 2004), e passou a ser o mote utilizado tanto para o trabalho quanto para a recreação, festas e folguedos. A música, portanto, aliava-se a um intuito utilitário.

A teoria da folkcomunicação tem acompanhado as novas abordagens que se apresentam no campo da cultura. Nesse olhar, Roberto Benjamin explica:

(...) os estudos da Folkcomunicação estão consolidados e sua área expandida para além do conceito inicial, e que sua evolução corresponde ao desempenho dos estudiosos desta temática em acompanhar as mudanças culturais ocorridas nas últimas décadas. O intercâmbio cultural permite verificar que a problemática da comunicação a nível das populações de cultura folk e suas relações com a cultura de massa é também objeto do interesse de pesquisa acadêmica (ainda que sob outras denominações) em diversas partes do mundo, inclusive em países onde as populações de cultura folk são absolutamente minoritárias e a cultura de massa tende a ser considerada com expressão cultural única. Ao expandir a área de abrangência dos estudos, coloca-se o desafio de prosseguir na pesquisa para consolidação do conhecimento científico (BENJAMIM, 2011, p. 287).

YouTube – do solo virtual das tribos à análise semiótica da festa

O recurso metodológico adotado para esta análise foi a plataforma YouTube, ao considerar que nesse formato, além da confluência das linguagens visual, sonora e verbal, esse meio possibilita a transcrição com maior precisão dos fatos que podem passar despercebidos na pesquisa de campo. Pode-se perceber ainda que na captura de imagens e

sons alguns comportamentos são apercebidos, visto que por meio da exibição do vídeo nesse suporte os dados podem ser repetidamente analisados.

No site da plataforma YouTube na internet encontram-se a missão e os valores difundidos. Nele, em *Liberdade para pertencer*, lê-se: Acreditamos que todos devam ser capazes de encontrar comunidades de suporte, eliminar obstáculos, ultrapassar as fronteiras e reunir-se em torno de interesses e paixões compartilhadas. Dessa forma, o canal Youtube amplia e aprimora as possibilidades do olhar, embora seja a pesquisa observacional, superando em qualidade as anotações feitas pelo pesquisador.

Em se tratando de um evento dessa natureza, ou seja, folkcomunicação, o YouTube – como suporte da mediação – encontra abrigo nessa afirmação:

Além de garantir a sobrevivência de vários gêneros ou formatos de expressão popular, a web permite multiplicar os seus interlocutores, bem como ensinar o intercâmbio entre grupos e pessoas que possuem identidades comuns, mesmo distanciados pela geografia (MARQUES DE MELO, 2006, p. 9).

Considerações finais

As manifestações da cultura popular da região amazônica são essencialmente de origem indígena e expressam hábitos e costumes de cada tribo, as festas, muito antes da colonização da região eram realizadas em ocasiões especiais, as mais variadas, entretanto, com a chegada do estrangeiro e o contexto histórico-cultural dessa região muitos povos foram dizimados, mas os indígenas que conseguiam fugir levavam consigo as lembranças dos rituais, de seu povo para outros espaços geográficos, assim, as festas eram reconstruídas e, nos dias atuais, ressignificadas.

Ressalta-se, porém, que as festas evidenciam-se por seus múltiplos sentidos, por meio de linguagem simbólica, e de modo particular a depender do espaço geográfico e/ou regional. Portanto, na Amazônia há uma diversidade de festas, quer sejam definidas como “festivals”, “espetáculos”, e/ou “festas indígenas”. Com efeito, apesar de trazerem lembranças de um passado, essas festas são realizadas por um conjunto de emoções coletivas e expressam alegria, satisfação e modos de viver intrínsecos das vinculações sociais na atualidade.

Embora atreladas à marca “Amazônia”, as festas da cultura popular regional possuem as mesmas características encontradas nos diversos tipos de festas: a aproximação entre os

indivíduos; a produção de uma condição de “efervescência coletiva” (desencadeada por músicas, gritos e danças variadas) e, transgressão das normas do grupo, além de mediar diferenças culturais e sociais entre os indivíduos (Durkheim, 1968), desse modo, evidenciam-se as sociabilidades -, as interações sociais como prática no cotidiano da comunidade.

Portanto, esse modo de festejar das populações amazônicas configura-se também, como forma de resistência, de luta, perpassada por todo o processo histórico de violência e opressão que marcaram o período colonial na região amazônica.

Referências

AMARAL FILHO, Otacílio. **A Marca Amazônia**: uma promessa publicitária para fidelização de consumidores nos mercados globais. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Pará, Núcleo de Altos Estudos Amazônicos – NAEA, Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido - PDTU, Belém, 2008.

AMARAL FILHO, Otacílio. **Marca Amazônia: o marketing da floresta**. Curitiba, PR: CRV, 2016.

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

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

BENJAMIN, Roberto. **Expandindo a proposta da obra fundadora**. Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional, ano 5, n. 5, p. 17-24, jan/dez. 2001. Disponível em:< http://editora.metodista.br/textos_disponiveis/anuario/!cap01.pdf>. Acesso em: 17 set. 2020.

BENJAMIM, Roberto. Folkcomunicação: Da proposta de Luiz Beltrão à contemporaneidade. In: **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, ano 5, nº 8 e 9, p. 281-287, jan. e dez. 2011.

DANIEL, João. **Tesouro descoberto no máximo rio Amazonas**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

DURKHEIM, Émile. **Les formes élémentaires da la vie religieuse**. Paris, PUF, 1968.

FREITAS, Marilene Corrêa da Silva. Prefácio de livro. In: NOGUEIRA, Wilson de S. **Festas Amazônicas**. Manaus: Valer, 2008

GADINI, Sérgio Luiz; WOITOWICZ, Karina Janz. **Noções básicas de Folkcomunicação**: uma introdução aos principais termos, conceitos e expressões. Ponta Grossa: UEPG, 2007.

GILROY, Paul. **O Atlântico Negro. Modernidade e dupla consciência**. São Paulo, Rio de Janeiro, 34/Universidade Cândido Mendes – Centro de Estudos Afro-Asiáticos, 2001.

DU BOIS, W.E.B. **As almas da gente negra**. Tradução Heloisa Toller Gomes. Rio de Janeiro: Lacerda Ed. 1999.

DUSSEL, E. **Oito ensaios sobre cultura latino-americana e libertação**. São Paulo: Paulinas, 1997

LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Cultura Amazônica: uma poética do imaginário**. Belém: Cejup, 1995.

LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Obras reunidas: poesia I Cultura Amazônica – Uma poética do imaginário**. São Paulo: Escrituras Editora, 2001.

LOUREIRO, João de Jesus Paes. Arte e Desenvolvimento. **Cadernos IAP**, n.2,3. Ed. Belém: Instituto de Artes do Pará, 2001.

MARQUES DE MELO, J. **Taxionomia da Folkcomunicação**: gêneros, formatos e tipos. Comunicação destinada ao XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, INTERCOM/UERJ, 6-9 setembro de 2005.

MARQUES DE MELO, J. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

Marques de Melo, José Folkcomunicação na era digital. A comunicação dos marginalizados invade a aldeia global. **Razón y Palabra**, núm. 49, febrero-marzo, 2006, pp. 1-26 Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador. Disponível em:
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520713005.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2020.

MUNDURUKU. **Portal Povos Indígenas no Brasil** - ISA. Disponível em:
https://pib.socioambiental.org/pt/Povo:Munduruku#Nome_e_l.C3.ADngua. Acesso em: 23 set. 2020.

MUNDURUKU. **Portal dos Povos Indígenas no Brasil**. Disponível em:
<https://www.indios.org.br/pt/Povo:Munduruku>. Acesso em: 23 set. 2020.

POWELL, A.; FRANCISCO, J.; MAHER, C. **Uma abordagem à Análise de Dados de Vídeo para investigar o desenvolvimento de ideias e raciocínios matemáticos de estudantes**. Tradução de Antônio Olímpio Junior. Boletim de Educação Matemática - BOLEMA. Rio Claro, n. 21, 2004

Prefeitura Municipal de Juruti. Disponível em <http://www.juruti.pa.gov.br/>

SANTAELLA, L. **Matrizes da linguagem e pensamento**. São Paulo: Iluminuras. 2001.

SANTAELLA, L.; VIEIRA, J. A. **Metaciência**: uma proposta semiótica e sistêmica. São Paulo: Mérito, 2008.

SIMMEL, Georg. **Sociologia**. Em: MORAES FILHO, Evaristo (org). São Paulo: Ática 1983.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais de sociologia**: indivíduo e sociedade. Tradutor Pedro Caldas. Rio de Janeiro: Zahar.

SOUZA, Márcio. **Breve História da Amazônia**. São Paulo: Marco Zero, 2001.

TEIXEIRA, Joaquim de Sousa. **Festa e Identidade. Comunicação e Cultura**. Nº 10, p. 17-33, 2010. Disponível em:
<http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/01.-Joaquim-de-Sousa-Teixeira.pdf> .
Acesso em: 17 set. 2020.

TRIGUEIRO. Osvaldo. **O São João de Campina Grande na mídia**: um mega espetáculo de folk-religioso. Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional n. 5. Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Universidade Metodista de São Paulo. Ano V, n. 5, jan./dez. 2001. São Bernardo do Campo: Umesp, 2001. p. 135-150.