



O Festival Folclórico de Parintins sob a Perspectiva das Relações Públicas: os Bastidores de um Grande Evento¹

Inara Regina Batista da Costa²
Allan Soljenitsin Barreto Rodrigues³
Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

RESUMO

Há quarenta e oito anos, ininterruptamente, o Festival Folclórico de Parintins, um dos mais tradicionais festivais folclóricos do país, mobiliza uma cidade inteira e chega a ter nos dias do evento cinquenta por cento a mais da população dançando ao som do ritmo das toadas dos bois-bumbá Caprichoso e Garantido. A proposta do estudo é lançar um olhar, sob a perspectiva das Relações Públicas, a respeito da organização do Festival e refletir sobre o poder de mobilização que o evento exerce nos patrocinadores que alteram sua marca. Conclui-se que o evento, organizado pelo Governo do Estado, deve ser considerado uma ferramenta estratégica de comunicação para que os impactos na cidade, nos patrocinadores e nos demais públicos de interesse sejam os mais positivos possíveis. Este trabalho contribui, também, para registrar a história dos personagens que organizam o Festival de Parintins.

PALAVRAS-CHAVE: Evento; Planejamento; Parintins; Relações Públicas.

INTRODUÇÃO

O Festival Folclórico de Parintins é um evento de grande porte que desperta a atenção não somente dos dirigentes das organizações que através dos patrocínios, veem uma grande oportunidade de dar visibilidade ao seu negócio, mas também pelas modificações que ocorrem na rotina da cidade, como trânsito, funcionamento do comércio, transporte público, quantidade de pessoas nas ruas, segurança, saúde pública e a própria alteração na rotina e na interação dos moradores.

Sob a luz das Relações Públicas, este trabalho utilizou a pesquisa bibliográfica, entrevistas com os organizadores do Festival e a observação local com o objetivo de conhecer os bastidores do Festival no que se refere às etapas do planejamento e refletir sobre o poder de mobilização que o

¹ Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2013.

² Relações Públicas e Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. Integrante do GP Interfaces e do GP Comunicação Social: estudos interdisciplinares. E-mail: inara.rp@gmail.com. Torcedora do Boi Caprichoso.

³ Jornalista, Escritor e Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Amazonas. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Amazônia. E-mail: allan_soljenitsin@yahoo.com.br Sócio do Boi Garantido.



Festival exerce nas organizações que chegam a alterar a marca (um dos elementos da sua identidade) para estarem presentes no evento.

Utilizando um novo conceito para estes grandes acontecimentos, o Festival Folclórico de Parintins pode ser considerado um megaevento, de acordo com os pesquisadores Freitas (2010) e Elias (2011),

Megaeventos são encontros que repercutem na mídia antes, durante e depois do acontecimento, despertando o interesse de milhares ou até milhões de pessoas. Mais do que a presença física no certame, leva-se em conta se o evento teve alcance de público pelos meios de comunicação de massa, pelas redes sociais e como a população o vivenciou. (ELIAS, 2011, p.3).

Para fortalecer o conceito apresentado, este trabalho apresenta, além de um breve histórico sobre a origem dos bumbás Caprichoso e Garantido, as etapas da organização do evento, a transmissão na mídia e sua repercussão e o patrocínio cultural como estratégia das organizações.

2103: o centenário dos bois de Parintins

Localizada a 369 km em linha reta de Manaus, capital do Amazonas, Parintins, cujo nome homenageia a etnia dos índios Parintintins que habitaram a região, possui cerca de 103 mil habitantes (IBGE, 2012) e tem como atividades econômicas, o “boi de carne” e o “boi de pano”, sendo que o primeiro trata de cerca de 180 mil cabeças de gado branco e búfalos e o segundo é uma expressão para designar a apresentação dos bumbás Garantido e Caprichoso durante o Festival Folclórico e responsável por um intenso aquecimento na economia local.

O evento grandioso de luzes e cores que é o Festival Folclórico de Parintins, conhecido internacionalmente, começa pelo nascimento dos bumbás Caprichoso e Garantido, pois antes da disputa ter se estabelecido na arena do Bumbódromo, os dois já se enfrentavam nas ruas de Parintins durante as noites de Santo Antônio e São João.

Preliminarmente, faz-se uma ressalva quanto a gênese dos bois de Parintins visto que seus fundadores não deixaram nada escrito sobre os motivos que os levaram a criá-los. Logo, as informações são oriundas de depoimentos de quem viveu a época primeira dos bumbás, de seus descendentes e dos folcloristas estudiosos do assunto. (RODRIGUES, 2003, p.34).

A “brincadeira do boi-bumbá” chegou ao Amazonas na bagagem dos migrantes nordestinos que vieram para o Amazonas no final do século XIX, no apogeu da economia da borracha, quando houve a necessidade de contratar mão-de-obra para extrair o látex das seringueiras. Segundo o historiador autodidata Tonzinho Saunier, inúmeros bumbás surgiram em Parintins entre os anos de



1910 e 1913, mas somente Caprichoso e Garantido resistiram ao processo de urbanização e de crescimento da cidade.

Garantido: o Boi do Povão

A Associação Folclórica Boi-bumbá Garantido cita 1913 como a data da criação do boi. A escolha do nome, por exemplo, continua até hoje sem uma explicação que possa ser comprovada do ponto de vista histórico. A mais repetida e, conseqüentemente, vai tomando ares de verdade, diz que Lindolfo escolheu o nome porque seu boi sempre sai inteiro dos confrontos com os contrários. A seguinte frase lhe é atribuída por alguns moradores antigos da Ilha: “Nosso boi sempre sai inteiro, por isso ele é Garantido!”.

Em relação ao motivo das cores vermelho e branco, o coração na testa do boi e outros inúmeros detalhes que fazem parte da história do bumbá Garantido continuam envoltos em mistérios, no anonimato.

Naturalmente tudo tem um autor, mas no folclore o seu nome se perdeu através dos tempos, despersonalizando-se. Este fato foi aceito e modificado pela coletividade, passando a ser obra do povo. (MEGALE, 2001, p. 15).

Cada agremiação assumiu, em sua trajetória, slogans que definiram o estilo de suas apresentações. No lado vermelho, por exemplo, Paulinho Faria, que foi apresentador do Garantido por vinte e seis anos, imprimiu o slogan “O Boi do Povão”, uma referência às pessoas humildes residentes na Baixa do São José que ajudam a construir as apresentações do Garantido todos os anos. Com o decorrer do tempo foram surgindo outras expressões como “Brinquedo de São João”, “Boi do Coração” e “Eterno Campeão” para reforçar a mensagem desejada aos torcedores e, claro, aos jurados

A predominância da família Faria no Garantido se estendeu pelos anos 70 e 80. Muitos consideraram esse período como o melhor já vivido pela agremiação. Porém, no início dos anos 90, uma nova era se desenhava para o Festival de Parintins, tempo em que haveria patrocínio de empresas multinacionais, transmissão ao vivo pelas emissoras de rádio e televisão, orçamentos dos bois com altas cifras e, conseqüentemente, não era mais possível que apenas uma família estivesse à frente das apresentações.

Neste período, o Garantido amargou três derrotas para o Caprichoso, o que demonstrou fragilidade na concepção e execução de suas apresentações. Em 1995 foi fundada a Associação Folclórica Boi-Bumbá Garantido, começando, assim, a passar pelo mesmo processo de organização interna vivida pelo Caprichoso no início da década de 80.



No entanto, somente em 1999, com a eleição de Raul Góes Filho (presidente) foi estabelecida uma Comissão de Artes, responsável pela pesquisa de concepção para apresentação na arena até a adoção de cronogramas rígidos de trabalho nos galpões. Foi retomada, também, a valorização das tradições da agremiação e a desaceleração do ritmo das toadas. O resultado foi a conquista de títulos e a retomada dos valores inerentes as tradições dos bumbás.

O reduto do Garantido fica no bairro da Baixa do São José, num local batizado de Cidade Garantido, onde funciona atualmente o complexo administrativo da agremiação, os galpões de alegoria e o Curral Oficial (locais onde acontecem os ensaios para as apresentações no Bumbódromo).

Caprichoso: o Boi da Tradição

O Boi-bumbá Caprichoso também tem sua história atrelada a uma família, ou melhor, a várias famílias que, ao longo dos anos, deram continuidade à “brincadeira”. Segundo a Associação Folclórica Boi-bumbá Caprichoso, a origem é a de que o Caprichoso nasceu de um desentendimento no Boi Galante, criado por Emidio Vieira. Por este motivo, Emidio deixa o boi e em seu lugar assumem os irmãos Cid. Os novos dirigentes da brincadeira constroem uma nova carcaça para o boi e trocam seu nome para Caprichoso. Esses fatos teriam acontecido em 20 de outubro de 1913, data oficial de fundação do bumbá.

Na década de 70, começou a transição de poder de famílias para uma administração exercida por diretorias eleitas pelos sócios da Associação Folclórica Boi-bumbá Caprichoso, fundada no início dos anos 80. Durante esse tempo, o grupo idealizava e executava as apresentações do boi nos festivais e tinha a missão de levantar fundos para financiar as apresentações. Foi nesse período também que o boi resolveu o velho problema de ficar trocando de curral quase todos os anos, pois o vereador José Maria Pinheiro sensibilizado com a situação fez a doação de um terreno onde funcionava um campo de aviação.

Na avenida Gomes de Castro, no bairro Palmares, foi inaugurado em 1972 o Curral Oficial do Boi Caprichoso, que funciona no mesmo lugar até os dias de hoje. Em 2000 passou por uma grande reforma com apoio do Governo do Estado, ganhando um complexo com sede social, palco para shows e salas para atividades administrativas. A arena de ensaios recebeu o nome de Zeca Xibelão, em homenagem ao mais famoso tuxaua que já brincou no Caprichoso.

Também nos anos 70, o discurso oficial do boi azul começou a ser formatado por seus dirigentes e por seus torcedores, com slogans “O Diamante Negro”, “O Boi de Parintins 1913”, “Touro negro da America”, “Boi da estrela na testa” e “Boi da inovação”. A mensagem trabalhada, através de



suas apresentações, publicações e declarações de dirigentes era de um boi jovem, inovador, sem medo de ousar, uma espécie de vanguarda artística do festival.

Esse discurso veio ao encontro de um público cada vez mais exigente e sedento de novidades, criando as condições ideais para a aceitação das mensagens recém adotadas de inovação do Caprichoso. O bumbá virou a mesa e venceu sete festivais, incluindo um tricampeonato de 1994, 1995 e 1996.

Em 2003, a diretoria mudou para o slogan oficial “Caprichoso: o Boi da Tradição”. A mudança faz parte de uma estratégia de marketing para modificar a percepção que vinha sendo construída durante a última década do século XX: a de desapego às raízes. (RODRIGUES, 2003, p. 54).

Planejamento e organização foram os fatores críticos de sucesso, pois, com a criação do Movimento Marujada (MM), em Manaus, foi possível adquirir galpões, equipamentos e melhorias na infraestrutura. O resultado foi o desenvolvimento de um processo mais eficiente de planejar, executar e controlar as apresentações na arena, reduzindo as improvisações e dando mais qualidade ao resultado final.

A Gênese do Festival

Antes da inauguração do Centro de Convenções de Parintins em 1988, as disputas entre Garantido e Caprichoso aconteciam em forma de versos de desafios até meados da década de 60, quando um grupo integrante da Juventude Alegre Católica (JAC), liderados por Raimundo Muniz, Xisto Pereira e Lucinor Barros, teve a iniciativa de promover um festival folclórico que reunisse o maior número de folguedos.

Em 1965, nasce o Festival Folclórico de Parintins, que iniciava no dia 12 de junho e se estendia até o final do mês, reunindo todos os tipos de danças folclóricas existentes na Ilha. A partir de 1977, o Festival saiu das mãos da JAC e passou a ser comandado pela Prefeitura Municipal de Parintins, através do Decreto nº 02/77 assinado pelo, então, prefeito Raimundo Reis Ferreira. Esse crescimento ocasionou várias mudanças nos locais de realização da festa, que precisava oferecer espaço para os bois se apresentarem e acomodar uma multidão crescente de espectadores.

Desde 1988, os bois bumbás Garantido e Caprichoso se apresentam no Centro de Convenções de Parintins, mais conhecido como Bumbódromo, especialmente construído para receber o Festival, onde através de uma vista aérea observa-se o formato de uma cabeça de boi estilizada. Inicialmente, foi concebido para receber 35 mil espectadores distribuídos na tribuna de honra, camarotes, arquibancadas especiais, cadeiras numeradas e arquibancada geral, e que atualmente, está em obras de ampliação e modernização.



Em função do crescimento do evento, a capacidade do poder público municipal de gerir sozinho toda a infraestrutura necessária para atender às necessidades e as melhorias no planejamento, na organização, na divulgação e na execução do evento, mostrou-se insuficiente. Atento a esse fato, o então governador do Estado do Amazonas Amazonino Mendes percebeu que havia chegado a hora do Estado tomar para si a missão de organizar o Festival, ficando é claro, com os bônus políticos decorrentes da força que a festa havia alcançado.

(...), o trabalho voluntário, às vezes até amador, cede lugar a um sistema organizativo formal sob a ótica (...) que o boi precisa acompanhar a dinâmica imposta pela nova mercantilização da produção capitalista. (AZEVEDO, 2000, p.41).

Em 1995, o Governo do Estado tomou a iniciativa de não só destinar recursos financeiros, mas de coordenar todo o evento. Sendo assim, o Festival Folclórico de Parintins está presente no Calendário Oficial de Eventos cuja responsabilidade, naquela ocasião, foi da Empresa Amazonense de Turismo – Emantur sob a liderança da diretora presidente Zeina Neves e desde 1999 está sob a responsabilidade da Secretaria de Estado de Cultura (SEC) liderado pelo secretário Robério Braga. Ressalta-se que a organização do evento no qual esta pesquisa se refere não é da apresentação dos bois na arena: essa magia é de responsabilidade exclusiva das Associações dos bumbás.

Breve descrição das etapas do Evento

Pré-evento: Organização do Festival

A Secretaria de Cultura responde pela coordenação geral do Festival e pela articulação intergovernamental para proporcionar todas as condições necessárias à realização do evento. Além do Festival de Parintins, a diretoria de eventos da SEC organiza grandes eventos a cada mês, começando em fevereiro com o Desfile das Escolas de Samba e o Carnaboi e terminando em dezembro com o Concerto de Natal. A equipe é formada por onze técnicos e mais a central técnica de produção.

Cada evento possui uma lista de verificação (*check list*) e, especificamente, a do Festival de Parintins é realizado junto com as Associações dos Bois. Portanto, a técnica responsável pelo evento e gerente do interior, Luci Santos é quem cuida do convênio, da documentação e das assinaturas, formalizadas no início do ano com as referidas associações, para que possam receber o patrocínio do Governo do Estado até o monitoramento contínuo feito pela equipe da SEC.

Tomando como base o planejamento do 45º Festival Folclórico de Parintins realizado no último final de semana de Junho de 2010, a SEC envolveu na organização, além de dez empresas, os



titulares e representantes de vinte e oito órgãos governamentais, tais como: Secretarias Estaduais de Segurança, Saúde, Infraestrutura, Comunicação Social, Corpo de Bombeiros, Polícias Federal, Militar e Civil, Cerimonial do Governo, Amazonastur, Comando Militar da Amazônia, Capitania dos Portos, 9º. Distrito Naval e Prefeitura de Parintins, além das empresas Amazonas Energia, Rede Bandeirantes, Tucunará Turismo e Le Lieu Gastronomia.

A reunião inicial de planejamento teve como objetivo integrar as equipes de trabalho, determinar as funções e tarefas, prever soluções para possíveis problemas e pactuar a atuação de todos em favor do interesse público. Para isso, foi entregue um *check list*, para todos os órgãos conhecerem suas responsabilidades, conforme informado pela SEC.

O Corpo de Bombeiros, por exemplo, trabalhou com um efetivo de 100 profissionais, sendo responsável por vistoriar as áreas destinadas para a queima de fogos, realizar ações preventivas nos meios de transporte utilizados para deslocamento, etc. A Secretaria de Estado de Assistência Social – SEAS, por sua vez, capacitou equipe para atuar nas campanhas contra abuso sexual de menores, combate a exploração do trabalho infanto-juvenil e outras ações.

Em entrevista, a Diretora do Departamento de Eventos da SEC, Elizabeth Cantanhede, informou que as articulações junto ao Governador do Estado, Omar Aziz, foram necessárias para que Parintins pudesse, por exemplo, receber aeronaves de grande porte, a construção de um hospital e o aumento do número de leitos.

Cerca de 2.300 pessoas trabalharam na 45ª edição do Festival Folclórico de Parintins entre órgãos públicos e empresas privadas, tais como, Polícia Militar com um efetivo de 800 pessoas, TV Band (SP) com 132 profissionais; Barra Som; Coca-Cola e Kaiser; entre outras.

Além de algumas empresas de Parintins, o Festival beneficiou também cerca de 2.700 moradores que são envolvidos diretamente nos bastidores da festa, sendo 1.000 em cada um dos Bois, para a confecção de fantasias, adereços e alegorias, e 700 a serviço da Coca-Cola Brasil, trabalhando na montagem do Kuat Clube, do camarote no Bumbódromo e na operação de hospedagem e atendimento dos convidados.

No planejamento e na organização do evento destaca-se a participação da empresa Ativa Eventos, contratada pela Associação do Boi Caprichoso e pela Agremiação do Boi Garantido, responsável pela infraestrutura do Bumbódromo e pela logística pré, durante e após o Festival. A equipe da Ativa, cuja diretora-presidente é a Sra. Zeina Neves (ex-Emantur), desloca-se para a cidade de Parintins com quase 25 dias de antecedência com um minucioso *check-list*.



Em entrevista, Zeina Neves resume: “Preparar o bumbódromo para receber os Bois, esse é o nosso trabalho! O grande objetivo é que os Bois, na hora do espetáculo, não fiquem preocupados com os bastidores, mas sim concentrados na evolução, na arena”.

Para muitos organizadores de eventos realizar apenas duas reuniões internamente seria insuficiente, mas a diretora Zeina Neves leva em consideração a experiência da equipe e informa que “a primeira [reunião] é para verificar quais as pessoas que vão para Parintins, se houve alguma baixa ou acréscimo, o que precisa melhorar, o que deu certo e o que não deu no ano anterior; a segunda reunião, já às vésperas da viagem, é para entregar as listas de verificação”.

Durante o evento – A magia do espetáculo

Os Bois, com aproximadamente 3.000 "brincantes" cada um, ocupam a arena com espetáculos de duas horas cada, durante três dias de apresentação. Os vários itens que compõem a encenação entram no bumbódromo seguindo uma ordem pré-determinada. Os itens são: apresentador, levantador de toadas, batucada/marujada, ritual indígena, porta-estandarte, amo do boi, sinhazinha da fazenda, rainha do folclore, cunhã-poranga, boi-bumbá (evolução), toada (letra e música), pajé, tribos indígenas, tuxauas, figura típica regional, alegoria, lenda amazônica, vaqueirada, galera, coreografia, organização e conjunto folclórico.

As tribos de dançarinos formam um tapete de cor em movimento. As gigantescas alegorias, que se mexem e se articulam, constroem o cenário para a apoteótica apresentação das figuras de destaque como a graciosa cunhã-poranga, a rainha do folclore, a porta-estandarte, a sinhazinha da fazenda e o poderoso pajé. (AMAZONASTUR, 2009).

Tudo é detalhadamente explicado pelos apresentadores e movido ao som envolvente das toadas (músicas). Em lados separados do bumbódromo, as duas incansáveis torcidas, denominadas galeras, também participam do espetáculo: quando é o seu Boi que está se apresentando na arena, treme aquela metade do bumbódromo, enquanto a torcida "contrária" permanece no mais respeitoso silêncio.

A rivalidade dos Bois não se dá somente na arena, mas em toda a cidade de Parintins. Em 1986, por exemplo, foi necessária a intervenção do Ministério Público e da Secretaria Municipal de Cultura para regulamentar a ornamentação da cidade para o Festival. O resultado foi a divisão geográfica do município de acordo com as cores dos bumbás, o que surpreenderia os habitantes de qualquer cidade do mundo que não conhecesse as peculiaridades do folclore parintinense.

Para que o evento aconteça de acordo com o planejado, é preciso um controle rigoroso nos bastidores feito pela empresa Ativa Eventos. “Os camarotes estão montados e bem atendidos, as



recepcionistas em seus locais esclarecendo dúvidas de visitantes, os banheiros limpos, luz em todos os espaços, os gradis com suporte suficiente para aguentar as pessoas...” detalha a diretora-presidente Zeina Neves.

O *check-list* inclui atividades que devem ser executadas antes, durante e após o Festival, tais como: supervisionar a infraestrutura do bumbódromo; providenciar galpão para guardar as cadeiras escolares que são retiradas das salas antes do evento; providenciar rádios de comunicação tipo *walk talkie* para uso de todos os órgãos envolvidos durante o evento; providenciar a confecção de camisas de serviço para as equipes de trabalho dos órgãos; credenciar equipes de serviço; providenciar a limpeza geral do bumbódromo, antes, durante e depois do evento e; disponibilizar salas dentro do bumbódromo para as equipes de serviço do Garantido, Caprichoso, Polícia Militar, Corpo de Bombeiro, TV Band, Imprensa, entre outras.

A empresa apoiadora na organização do evento é responsável também por disponibilizar catracas para controle das credenciais de serviço; providenciar adesivos de “trânsito livre”, “crachás dos Bois” com selos holográficos e contratação de locutor oficial para o evento; contratar em Parintins as equipes de serviços incluindo treinamento, uniformes e alimentação; contratar equipe de manutenção hidráulica e elétrica em regime de plantão permanente (24 horas) antes e durante o evento; fornecer lanche para as equipes de serviço durante os dias do evento; controlar entrada de pagantes e não pagantes; providenciar programa de apuração das notas e toda a infraestrutura do local.

Noventa por cento das pessoas que trabalham na Ativa possuem mais de dez anos de experiência com o Festival, no entanto, todos os anos, na véspera do evento, é feito uma espécie de “ensaio geral”, um treinamento com quase 300 pessoas do receptivo, “principalmente no que se refere aos acessos pelas catracas, fosso específico para os jornalistas, local dos jurados, e até mesmo como lidar com o *Você sabe com quem está falando?*. As meninas têm que estar bem orientadas para saber o que pode e o que não pode fazer” ressalta Zeina Neves. Algumas senhoras, por exemplo, trabalham no receptivo do Festival desde 1995. “Todos os anos elas aparecem exceto quando estão grávidas ou quando estão com os bebês recém-nascidos” afirma a diretora.

As pessoas da Ativa Eventos que vão de Manaus para a Ilha é composta por apenas 12 pessoas, com a responsabilidade de coordenar o trabalho de todas as equipes. Há um extremo cuidado, por exemplo, em relação aos jurados, quando precisa providenciar as pastas dos jurados com os mapas de votação, livros e canetas esferográficas verdes. Não podem ser azuis, vermelhas e pretas – uma exigência dos Bois.



No que se refere a logística de levar material de expediente e equipamentos de Manaus para a Ilha, não se faz necessário, pois tudo é comprado e/ou alugado em Parintins, como impressoras, telefones e computadores e até móveis. “Teve um ano que precisávamos decorar um determinado camarote e eu comprei tudo lá: sofá, poltronas, mesinhas. Parintins cresceu muito com o Festival Folclórico” comemora Zeina Neves.

As equipes de limpeza, receptivo, segurança, alimentação, infraestrutura incluindo parte hidráulica e elétrica são recrutadas e selecionadas em Parintins. “A parte elétrica, de iluminação é uma questão delicada e muito complicada porque os bois usam uma grande carga de iluminação cênica. A cada ano que passa, os Bois estão mais ousados, então precisamos ficar sempre atentos, em especial com os fogos de artifício” ressalta Zeina Neves.

Sob o enfoque das Relações Públicas, um evento tem a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, por esta razão a SEC, a Ativa Eventos e as Associações dos Bois devem estar devidamente alinhadas quanto ao plano inicial para que as atividades não se sobreponham umas às outras.

Destaque na Mídia: Transmissão e Repercussão do Evento

Em função do crescimento do Festival, as mídias – local, nacional e internacional – voltaram os olhos para a festa, dedicando várias reportagens sobre o assunto. Mas isso não significou que a imprensa pudesse transitar livremente entre os currais do Garantido e do Caprichoso. As equipes de coberturas designadas pelas redações para cobrir a pré-temporada e os três dias de festival são montadas de forma que os repórteres, salvo raras exceções, cubram exclusivamente um dos bois, para evitar desentendimentos com os dirigentes. O motivo disso é o sigilo sobre o que cada agremiação está preparando em seus galpões para apresentar na arena, pois qualquer um com acesso aos dois lados passa a ser considerado um provável espião do boi contrário.

De acordo com Azevedo (2000), o Festival teve a cobertura da imprensa pela primeira vez em 1976 pelo Jornal A Crítica), em 1979 pelo programa Fantástico da Rede Globo, em 1989, após a inauguração do Bumbódromo, a TV Acrítica, transmitiu o Festival ao vivo pela primeira vez para o município de Parintins e, em 1993, para Manaus. Em 1995, a TV Amazonas integrante da Rede Amazônica de Rádio e Televisão, retransmissora local da rede Globo, adquiriu o direito de arena por um período de cinco anos e em 2000 a TV A Crítica passou a ter o domínio de arena. Após este período, o Amazon Sat, integrante da Rede Amazônica de Rádio e Televisão, em canal fechado, transmitiu o evento para todo o Brasil.



Há dez anos, em 2003, o Festival recebeu pela primeira vez a visita de um Presidente da República, na ocasião, Luiz Inácio Lula da Silva, que chegou a Parintins no dia 28 de junho com toda a sua comitiva e um batalhão de jornalistas da mídia nacional.

Nos dias que antecederam as apresentações, boa parte do noticiário era dedicada aos preparativos para informar como seria o esquema de segurança, a agenda, a hospedagem e tudo o mais que pudesse ser explorado pela imprensa local carente de histórias atraentes sobre o evento. Ao lado, do então Governador do Estado Eduardo Braga, o Presidente abriu oficialmente a festa fazendo um discurso onde disse que os intelectuais do país tinham muito a aprender com a cultura popular retratada pelos bumbás. (RODRIGUES, 2003, p. 79).

Em 2009, a TV Band (SP) ganhou uma licitação pública, válida por cinco anos, e assumiu várias responsabilidades, entre as quais, o credenciamento dos veículos de Comunicação – local, nacional e internacional para a cobertura do evento, credenciamento das emissoras de rádio para transmissão do Festival e a transmissão oficial do evento em rede nacional incluindo o município de Parintins.

Como apoio para toda a imprensa, a Agência Estadual de Comunicação Social – AGEKOM, teve a responsabilidade de proporcionar aos veículos de Comunicação, o suporte técnico e operacional necessário ao bom desempenho das atividades, incluindo a disponibilização de um helicóptero (em parceria com o Comando Naval) para tomadas aéreas da cidade.

A divulgação do Festival foi feita pelos órgãos envolvidos no Festival e pelas empresas contratadas. A Band, além da cobertura e transmissão do evento, possui um plano de divulgação nacional dentro da sua grade de programação, durante a transmissão de outros eventos e programas, e também, na produção e veiculação de chamadas para o Festival.

A Amazonastur também deu a sua contribuição na divulgação do Festival, pois tem a responsabilidade de aumentar a visibilidade do evento aos formadores de opinião dos segmentos turísticos e da mídia, por meio de convite e execução de monitoramento de grupos de visitantes dos operadores turísticos e jornalistas especializados.

Em pesquisa realizada pela Amazonastur, no período de 2005 a 2007, uma média de 38% dos turistas informou que souberam do evento através da divulgação feita em rádio e TV. Em 2009 esse resultado alterou quando 43% dos turistas disseram que souberam do evento por meio da propaganda de amigos e parentes e 33% através do rádio e televisão.

O uso da internet e das mídias sociais também tem sido uma grande ferramenta de comunicação dos Bois. O Garantido possui seu site oficial www.boigarantido.com.br, assim como o Caprichoso também tem o seu site oficial www.boicaprichoso.com. Em ambos são disponibilizadas todas (músicas, canções), fotografias, notícias, agenda dos eventos etc.



Como afirma Freitas (2011), são os meios de comunicação, em seus diversos formatos, que potencializam a magnitude de um megaevento. No ano do centenário (2013), a transmissão do Festival será feita por duas grandes emissoras Rede Globo (sucursal TV Amazonas) e Rede Record (sucursal TV A Crítica), em virtude das Associações terem firmado contrato com emissoras diferentes.

Patrocínios: estratégia de divulgação

No período em que o boi da promessa a São João era brincadeira de quintal, os patrocinadores se restringiam aos padrinhos e simpatizantes “que faziam suas contribuições através de bingos, quermesses, doações de tecidos, enfeites, complementos para feijoada e churrascos para as comemorações das vitórias, entre outros”. (AZEVEDO, 2000, p. 34).

Em 1995, ano em que a responsabilidade de organizar o evento passa a ser do Governo do Estado, a multinacional Coca-Cola, através do guaraná Kwat, fechou um contrato de patrocínio com os bumbás. A empresa passou a investir cerca de quatro milhões de reais na festa, tornando-se a maior patrocinadora do Festival. Segundo Rodrigues (2003) uma parte do dinheiro era passada diretamente aos bumbás para prepararem suas apresentações, e a outra investida na divulgação da festa através de comerciais na mídia nacional, cartazes e outdoors espalhados por todo o país, além de convites para formadores de opinião (jornalistas, artistas e autoridades). De acordo com a Secretaria de Cultura, em 16 anos, a Coca-Cola já destinou mais de 60 milhões de reais para o Festival.

Entretanto, a força da rivalidade dos Bois também permeia as relações existentes entre os bumbás e os patrocinadores, o que significou redesenhar cenários. Um exemplo disso foi o pedido feito, pela filial da Coca-Cola no Amazonas, à matriz nos Estados Unidos para produzir material promocional nas cores azul e branca, contrariando o padrão vermelho e branco, já que as cores originais da marca de refrigerantes não poderia ser utilizado de forma alguma em eventos do Boi Caprichoso.

A antiga empresa de telefonia Telemar, que desde 2007 passou a usar a marca Oi, as cores oficiais eram azul e branco, também foi preciso atender a exigência similar para poder estar vinculada ao Boi Garantido, que por sua vez, exigiu a cor vermelha nos telefones públicos instalados dentro da Cidade Garantido. A alteração de logomarcas aconteceu também com o Bradesco e Correios. “*Parintins é um filão de negócios. O folclore da ilha tem o caráter de surpresa, que é a primeira condição para um produto ser vendido. Todo evento e toda criação geram negócios*”, disse o publicitário Roberto Duailibi da DPZ, em um trecho da entrevista citada por Azevedo (2000, p. 82).



As Associações dos dois Bois-bumbás fazem captação direta de patrocinadores, mas também o fazem em conjunto com a SEC, através do setor Assessoria de Negócios. “Dessa maneira, há um auxílio profissional e também com a chancela do Governo do Estado facilita a conquista de patrocínios” destaca Cantanhede.

É importante que os organizadores do evento tenham em mente que o patrocínio ao evento é uma estratégia mercadológica e que “fornece um alto índice de retorno e resultados que a organização e seus produtos/serviços podem alcançar” (FORTES, 2011, p.39).

Em 2010 o Festival contou com 11 patrocinadores: Governo do Estado, através da Secretaria de Cultura, Coca-Cola, Petrobras, Kaiser, Eletrobrás, Bradesco, Correios, Nestlé, Natura, Trip Linhas Aéreas e Band.

Pós-evento – Avaliação

Após dez anos do Governo do Estado ter assumido a coordenação geral do evento, e mesmo com vários patrocinadores, os bois-bumbás não conseguiram ter uma independência financeira, em virtude de uma má gestão dos recursos, o que gerou uma exposição negativa na mídia sobre as dívidas dos bois, penhora de bens, ações na justiça, perda de crédito na praça e até greve de artistas dentro dos galpões.

Esse cenário desencadeou um esforço conjunto envolvendo o Governo do Estado, representantes das duas agremiações, do poder público municipal, entidades de classe, universidade e alguns patrocinadores que realizaram em novembro de 2002, o *1º Seminário de Avaliação Crítica do Festival Folclórico de Parintins* com o objetivo de avaliar quais eram os principais problemas e definir estratégias para solucioná-los.

“As avaliações pós-evento promovidos pelo Governo do Estado e tem sido bastante benéficos para todos nós” declara Zeina Neves. “Em Parintins foram realizados vários Seminários de Revisão Crítica, gerando assim vários planos de ação” informa Elizabeth Cantanhede.

Como resultados desses Seminários foram executados as seguintes ações: ampliação e modernização do bumbódromo com a construção de vários camarotes, bares e banheiros, fosso para a imprensa e para os serviços, assentos nas arquibancadas especiais e numeradas, comercialização dos ingressos por uma agência de turismo, transmissão nacional em TV aberta, comercialização dos bares e restaurantes que ficam dentro do bumbódromo por empresas especializadas, instalação de catraca eletrônica para o ingresso com código de barras, construção de passarelas para facilitar o acesso, entradas separadas de pagantes por locais, entre outros.



Sob a ótica do evento como vetor turístico é importante avaliar o assunto com base na pesquisa realizada pela Amazonastur, em junho de 2009. A pesquisa revelou que Manaus foi a principal cidade emissora de turistas para o município, seguida de Santarém (PA), Rio de Janeiro e São Paulo. No contexto internacional, Inglaterra, Itália e os Estados Unidos lideraram a lista dos países de origem dos turistas que visitaram o município no período do festival.

De acordo com a pesquisa do órgão, o perfil do visitante tem média de idade estimada em 38 anos, sexo masculino e ensino superior completo, com 44%. Dos 45.364 turistas, 39% informaram que estavam no município pela primeira vez, 92% pretendem retornar ao município em outra oportunidade e 97% recomendariam o festival para novos turistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O evento, sob a perspectiva das Relações Públicas, é uma das maneiras que a organização tem para se relacionar com o seu meio e estabelecer relações com os seus públicos de interesse. O alinhamento entre a SEC, as empresas patrocinadoras e as Associações dos Bois, como pôde ser visto, demonstra que o Festival deve ser uma ferramenta estratégica de comunicação a começar pela parceria público-privado.

Para as organizações patrocinadoras o resultado é a promoção da marca e conseqüentemente o aumento das vendas e não é por acaso que a Coca-Cola patrocina o Festival há mais de 16 anos. Segundo Fortes (2011), o sucesso do evento é transferido para a marca do patrocinador, fazendo com que esta imagem se torne mais intensa na mente dos consumidores.

Além disso, verificou-se com os resultados da pesquisa que os impactos nos públicos de interesse foram os mais positivos possíveis, o que mostra também que o caminho traçado através do planejamento detalhado e das articulações entre os órgãos governamentais feitas pela SEC tem alcançado um resultado efetivo na organização do Festival.

O estudo proporcionou visualizar que há uma grande possibilidade de estreitar ainda mais o relacionamento entre a SEC e as Associações e estas com os Patrocinadores com a criação do “Museu dos Bois”, caso o Governo do Estado possa capitanear esta iniciativa. Neste museu poderia contemplar a memória e os registros da festa, projeto de reforma do bumbódromo, fotos, vídeos, peças publicitárias, layout dos ingressos, mudança das logomarcas dos patrocinadores, entre outros. Um local que pudesse ser visitado por estudantes, pesquisadores, turistas e qualquer outra pessoa interessada em conhecer a riqueza de um dos maiores festivais folclóricos do Brasil.



REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, L. E. C.. *Boi-Bumbá de Parintins: cenários na pós-modernidade e sua inserção no marketing cultural*. João Pessoa: UFP, 2000. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal da Paraíba, 2000.
- BOI Caprichoso. Disponível em www.boicaprichoso.com. Acesso em 26 fevereiro 2011.
- BOI Garantido. Disponível em www.boigarantido.com.br. Acesso em: 26 fevereiro 2011.
- CANTANHEDE, Elizabeth. *Entrevista sobre a Coordenação geral do Festival Folclórico de Parintins*. Gravada em microgravador. Manaus, 01 fevereiro 2011. Entrevista concedida a Inara Regina Batista da Costa.
- CERQUA, A. *Clarões de fé no médio Amazonas*. Imprensa oficial do Estado do Amazonas. Manaus, 1980, p.33.
- ELIAS, V. R. *Ano Novo, Roupa Nova: um estudo sobre a mudança do discurso jornalístico no réveillon do Rio de Janeiro após a criação das UPPs*. Disponível em: <http://pucposcom-rj.com.br/wp-content/uploads/2011/11/GT-Jornalismo-P%C3%B3sCom-2011-Roberto-Vilela-Elias.1.pdf> Acesso em 03/04/2013
- FORTES, W. e SILVA M. B. R. *Eventos: estratégias de planejamento e execução*. São Paulo: Summus, 2011.
- FREITAS, R. F. *Folia, mediações e megaeventos: breve estudo sobre as representações do Carnaval 2010 nos jornais cariocas*. Disponível em: http://www3.usp.br/rumores/artigos2.asp?cod_atual=242 Acesso em 03/04/2013.
- GOVERNO reúne parceiros para iniciar organização do Festival de Parintins. Postado por Cultura Amazonas. Disponível em: <http://culturadoam.blogspot.com/2010/06/governo-reune-parceiros-para-iniciar.html>. Acesso em: 25 janeiro 2011.
- NATIVA Comunicações Agência. *Cidade se prepara para o Festival*. 12 maio 2005. Disponível em: <http://www.parintins.com/?n=838> Acesso em: 26 janeiro 2011.
- NEVES, Zeina. *Entrevista sobre participação da Ativa Eventos no Festival Folclórico de Parintins*. Gravada em microgravador. Manaus, 10 janeiro 2011. Entrevista concedida a Inara Regina Batista da Costa.
- RODRIGUES, A. S. B. *Boi-bumbá: Evolução – Livro-reportagem sobre o Festival Folclórico de Parintins*. Manaus: UFAM, 2003. Monografia (Comunicação Social habilitação em Jornalismo), Instituto de Ciências Humanas e Letras, Universidade Federal do Amazonas, 2003.
- SAUNIER, T. *Parintins, Memória dos acontecimentos históricos*. Manaus, AM: Ed. Valer, 2003.
- ZAN, M. R. C. A. *Patrocínio a eventos: o efeito sinérgico da comunicação integrada de marketing*. 1 ed. São Caetano do Sul, SP: difusão Editora, 2011.