



A IMPORTANCIA DA ECONOMIA CRIATIVA COMO FATOR INDUSTRIAL CULTURAL ATRAVÉS DA ASSOCIAÇÃO FOLCLÓRICA BOI BUMBÁ GARANTIDO NO MUNICÍPIO DE PARINTINS-AM.

Taiane Oliveira Costa¹

Jean Reis de Almeida²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Taiane Oliveira Costa y Jean Reis de Almeida (2019): "A importância da economia criativa como fator industrial cultural através da associação folclórica Boi Bumbá garantido no município de PARINTINS-AM", Revista Caribeña de Ciências Sociais (abril 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/04/economia-criativa-brasil.html>

Resumo

O Ministério da Cultura consolida a economia criativa no Brasil deve estar atrelada nos princípios da diversidade cultural, inovação, sustentabilidade e inclusão social. As atividades culturais e criativas geram 2,64% do PIB brasileiro e são responsáveis por mais de um milhão de empregos formais diretos, segundo estudo da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), com base em dados do IBGE. Este artigo teve contribuição do projeto de extensão denominado "Praticando a Economia Criativa em Parintins" desenvolvido pelo Curso de Administração do Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia – ICSEZ/UFAM, com o apoio da Pró-Reitoria de Extensão e Interiorização e a Associação Folclórica Boi Bumbá Garantido. A economia criativa nasce de inúmeras, fascinantes e inovadoras experiências decorrentes de conhecimento e técnicas tradicionais na construção de formas inovadoras de produção como caráter alternativo, solidário, tanto como gerador de renda, por se tratar de uma atividade de interesse da comunidade.

Palavras-chave: Economia criativa, cultura, inovação, geração de emprego e renda.

Resumo

El Ministerio de Cultura consolida la economía creativa en Brasil debe estar ligada a los principios de la diversidad cultural, innovación, sostenibilidad e inclusión social. Las actividades culturales y creativas generan el 2,64% del PIB brasileño y son responsables de más de un millón de empleos formales directos, según un estudio de la Federación de las Industrias de Río de Janeiro (FIRJAN), con base en datos del IBGE (2018). Este artículo tuvo una contribución del proyecto de extensión denominado "Practicando la Economía Creativa en Parintins" desarrollado por el Curso de Administración del Instituto de Ciencias Sociales, Educación y Zootecnia - ICSEZ / UFAM, con el apoyo de la Pro-Rectoría de Extensión e Interiorización y la Asociación Folclórica Boi Bumbá

¹ Graduanda em Administração no Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (ICSEZ), da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), membro participante do Projeto de Extensão "Praticando a Economia Criativa em Parintins". E-mail: taianeocosta@gmail.com.

² Orientador deste trabalho, mestrando em Ciências Humanas com concentração em Teoria, História e Crítica da Cultura, pela Universidade do Estado do Amazonas (UEA), possui graduação em Administração no Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (ICSEZ) pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Foi Professor Auxiliar do Colegiado de Administração no Instituto de Ciências Sociais, Educação e Zootecnia (ICSEZ) da UFAM Campus Parintins e foi coordenador do projeto de Extensão "Praticando a Economia Criativa em Parintins". E-mail: adm.jeanreis@gmail.com.

Garantizado. La economía creativa nace de innumerables, fascinantes e innovadoras experiencias derivadas del conocimiento y técnicas tradicionales en la construcción de formas innovadoras de producción como carácter alternativo, solidario, tanto como generador de ingresos, por tratarse de una actividad de interés de la comunidad

Palabras clave: Economía creativa, cultura, innovación, generación de empleo y renta.

Abstract

The Ministry of Culture consolidates the creative economy in Brazil must be tied to the principles of cultural diversity, innovation, sustainability and social inclusion. Cultural and creative activities generate 2.64% of Brazilian GDP and are responsible for more than one million direct formal jobs, according to a study by the Federation of Industries of Rio de Janeiro (FIRJAN), based on IBGE data (2018). This article had the contribution of the extension project called "Practicing the Creative Economy in Parintins" developed by the Administration Course of the Institute of Social Sciences, Education and Zootechnics - ICSEZ / UFAM, with the support of the Pro-Rector of Extension and Interiorization and the Association Folio Boi Bumbá Guaranteed. The creative economy is born of innumerable, fascinating and innovative experiences derived from traditional knowledge and techniques in the construction of innovative forms of production as an alternative character, solidary, as well as income generator, because it is an activity of interest to the community.

Keywords: Creative economy, culture, innovation, job creation and income.

1 INTRODUÇÃO

Hoje em dia, pelo fato de sociedade e empresas se mostrarem bastante complexas, para que uma organização sobreviva em um mercado altamente competitivo é necessário lançar mão da Administração Estratégica. A Economia Criativa está sendo utilizada pelos países desenvolvidos para revigorar o crescimento socioeconômico e fomentar a inovação, predominando como estratégia importante para redução de desemprego e melhoria dos níveis de competitividade da localidade. De acordo com Howkins (2001) a economia criativa é a transformação de ideias em recurso financeiro. Além disso, promove inclusão social e desenvolvimento humano. O principal eixo da pesquisa foi conhecer ações da Associação Folclórica Boi Bumba Garantido voltado para a economia criativa, a fim de aprimorá-las e possibilitar o conhecimento, a compreensão e as formas de utilização, no dia-a-dia, dos instrumentos e das técnicas aplicadas nos empreendimentos de economia Criativa e desenvolver ações em empresas de pequeno porte na cidade de Parintins, que capacitem as pequenas organizações a executarem ações, que possibilitem ampliar sua participação no mercado e, ainda, despertar nos empreendedores, a consciência crítica e a sensibilização acerca da importância da prática de ações mercadológicas para a sustentabilidade de suas inovações.

A Economia Criativa permite à promoção por meio da disseminação de informação e conhecimento a manifestação popular que transfiguram uma vida cotidiana e que impõe particularidades que garantem o consumo de uma localidade no qual a população faz o que se vende cuja natureza faz com que ela abranja atividades ligadas à valorização e comercialização incluídas à inovação de produtos intelectuais e culturais, ao empreendedorismo as atividades que criam novos processos e bens que geram riquezas sociais, culturais e econômicas.

Realizar estas ações se faz importante os resultados advindos da economia criativa não são apenas financeiros. São resultados de valor social, ambiental e cultural. Diante do cenário social, a economia criativa contribui para o progresso do bem-estar, autoestima e qualidade de vida em indivíduos e comunidades, através de atividades que causam satisfação e entusiasmo para o fortalecimento da inclusão e da sustentabilidade.

2 Justificativa

Hoje em dia, pelo fato de sociedade e empresas se mostrarem bastante complexas, para que uma organização sobreviva em um mercado altamente competitivo é necessário lançar mão da Administração Estratégica. A Economia Criativa está sendo utilizada pelos países desenvolvidos para revigorar o crescimento socioeconômico e fomentar a inovação, predominando como estratégia importante para redução de desemprego e melhoria dos níveis de competitividade da localidade. De

acordo com Howkins (2001) a economia criativa é a transformação de ideias em recurso financeiro. Além disso, promove inclusão social e desenvolvimento humano. O principal eixo do projeto será desenvolver ações em empresas de pequeno porte na cidade de Parintins, que capacitem as pequenas organizações a executarem ações, que possibilitem ampliar sua participação no mercado e, ainda, despertar nos empreendedores, a consciência crítica e a sensibilização acerca da importância da prática de ações mercadológicas para a sustentabilidade de seu empreendimento.

Para Caiado (2011), Economia Criativa é o ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como recursos produtivos fundamentais. As atividades econômicas são desenvolvidas a partir da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Seu intuito será trazer, inicialmente, informações referentes às causas, consequências e indicadores de casos de insucesso comercial. A partir das ações do projeto pretende-se também mostrar os fatos no seu cotidiano, e partir deste, encontrar possíveis caminhos para a melhoria das ações de inovação que sejam possíveis serem realizadas por organizações de pequeno porte. A partir de troca de informações sobre a temática que será repassada por meio de oficinas, filmes, dinâmicas de grupos, palestras, com a finalidade de esclarecer a situação atual existente, sobre a ausência por completo de ações que busquem a diferenciação nos serviços e produtos oferecidos no município. Diante dessas ações, o projeto, além de contribuir para solidificar as relações comerciais, ajudará na mudança das atitudes dos pequenos comerciantes.

Realizar estas ações se faz importante os resultados advindos da economia criativa não são apenas financeiros. São resultados de valor social, ambiental e cultural. Diante do cenário social, a economia criativa contribui para o progresso do bem-estar, autoestima e qualidade de vida em indivíduos e comunidades, através de atividades que causam satisfação e entusiasmo para o fortalecimento da inclusão e da sustentabilidade.

Parintins é sede do “Festival Folclórico de Parintins”, o festival é uma apresentação a céu aberto, onde competem dois bois, com o passar dos anos a festa vem crescendo e atraído investimentos a nível nacional, atraindo turistas de todo o mundo. Segundo Rodrigues (2006), o festival é consolidado como “produto cultural”, por meio de grande apelo das massas, aumento do turismo, do incentivo de patrocinadores, ampla divulgação na mídia nacional e internacional, inclusive com transmissão ao vivo da disputa na arena do Bumbódromo. O Festival é o maior evento cultural amazonense, e atualmente é cotado como o segundo maior evento folclórico brasileiro, desbancado somente pelo Carnaval. O evento fortalece a economia do município incentivando os pequenos empresários a investirem em seus negócios gerando oportunidades de renda e lucro, entretanto a falta de conhecimento técnico para tal investimento é baixo por parte dos empresários, partindo desta afirmação e da troca de informações sobre a temática que será repassada por meio de oficinas, filmes, dinâmicas de grupos, palestras, com a finalidade de esclarecer a situação atual existente, sobre a ausência por completo de ações que busquem a diferenciação nos serviços e produtos oferecidos no município. Diante dessas ações, o projeto, além de contribuir para solidificar as relações comerciais, ajudará na mudança das atitudes dos pequenos comerciantes.

3 A economia no município de Parintins

Parintins, a segunda maior cidade do Amazonas com aproximadamente 112.716 habitantes (IBGE, 2016), esta localizada a margem direita do rio Amazonas, é conhecida nacional e internacionalmente por ter um dos maiores festivais folclóricos do país, o Boi-Bumbá. Devido ao festival o turismo é uma das economias do município, turistas durante todo ano, em especial no mês de junho quando acontece o festival, visitam a cidade fazendo com que a economia do município seja aquecida. Segundo Dias e Cassar (2005), “o turismo é um dos maiores segmentos da economia mundial, com considerável percentual de geração de emprego e renda”. O festival não é o único meio de economia da cidade, destaca-se também a agricultura, a pecuária e a pesca.

A agricultura em Parintins é representada pelas culturas temporárias, “culturas temporárias são aquelas sujeitas ao replantio após a colheita. Normalmente, o período de vida é curto. Após a colheita, são arrancadas do solo para que se já realizado novo plantio” (MARION, 2005, p. 38), e as culturas permanentes que “são aquelas que permanecem vinculadas ao solo e proporcionam mais de uma colheita ou produção. Normalmente, atribui-se às culturas permanentes uma duração mínima de quatro anos” (MARION, 2005, p. 38). No cenário da agricultura Parintinense a agricultura familiar se destaca, sendo esta a principal fonte de renda de muitas famílias. Ainda no setor primário a economia do município gira em torno da pecuária e da pesca, a produção de carne e leite destina-se ao

consumo local e à exportação para outros municípios. A economia, fora do período do Festival Folclórico, é praticamente fundamentada neste setor.

Temos também em Parintins mais de 1500 estabelecimentos comerciais, Setor Terciário, varejistas e atacadistas dos mais diversificados produtos. Na prestação de Serviços destacam-se cabeleireiros, oficinas mecânicas, eletrônicas, hotéis, pousadas, bares, restaurantes, clínicas médicas, clínicas odontológicas, contabilistas, entre outros. Neste setor encontram-se grande parte da população devido da escassez de emprego na cidade. A mão-de-obra formal é constituída praticamente pelos funcionários públicos (Federal, Estadual e Municipal) e empregados no comércio local. (ESTATÍSTICA Instituto Brasileiro de Geografia e. Censo Demográfico de 2000 e 2007.)

4 Economia criativa como geradora de emprego e renda.

Atualmente a Economia Criativa vem ganhando espaço no mercado, passando a ser considerada, por alguns estudiosos como promissora para o desenvolvimento econômico. Seu início foi na década de 1990, com o avanço da tecnologia, o que impulsionou discussões em torno da Economia Criativa e a proposição de políticas pública de estímulo às indústrias criativas, John Howkins, diz que Economia Criativa “são atividades nas quais resultam em indivíduos exercitando a sua imaginação e explorando seu valor econômico. Pode ser definida como processos que envolvam criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos”.

No Brasil há uma grande diversidade de manifestações culturais, gastronômicas, artesanais e turísticas, o que gera grandes oportunidades de investimento da área da Economia Criativa, de acordo com Rodrigues (2016), a Economia Criativa permite que todos os países, região ou localidade explore suas habilidades, conhecimentos tradicionais e heranças culturais o que fomenta o setor criativo. Entretanto, um produto ou serviço é considerado um produto da economia criativa se gerar receita.

O Ministério da Cultura consolida que a economia criativa no Brasil deve estar atrelada nos princípios da diversidade cultural, inovação, sustentabilidade e inclusão social. Tais elos associados a economia criativa fortalece e abrangem impacto sobre a geração de renda, emprego, exportação e valor agregado.

A Secretaria Especial de Cultura (2019) fornece o estímulo das atividades culturais e criativas trazendo informações como:

Sendo assim, a dimensão econômica encontra-se incluída em todas as iniciativas da Secretaria, que se posiciona de forma alinhada à realidade nacional. As atividades culturais e criativas geram **2,64% do PIB brasileiro** e são responsáveis por mais de **um milhão de empregos formais** diretos, segundo estudo da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN), com base em dados do IBGE. Há no setor cerca de 250 mil empresas e instituições. De acordo com estudo da consultoria *PricewaterhouseCoopers*, o setor cresceu entre 2013 e 2017 a uma taxa média anual de 8,1%, bem acima do conjunto da economia. A participação no PIB, por sua vez, é superior à de setores tradicionais, como as indústrias têxtil e farmacêutica. Tais dados evidenciam a relevância do setor, de seus agentes e também da Secretaria e da política cultural. (BRASIL, 2019).

Quando falamos em Economia Criativa, devemos pensar em setores baseados na cooperação e compartilhamento de conhecimentos. O modelo criativo influencia os jovens a produzir e compartilhar os resultados de seus trabalhos. A produtividade e a dedicação estão associadas a recompensas: a autorrealização, o reconhecimento, a reputação e a contribuição para um bem em comum, fatores intangíveis se comparados à recompensa financeira (ANNUNZIATA, 2012).

5 O Festival de Parintins

O Festival Folclórico de Parintins, também conhecido como “O maior espetáculo a céu aberto do mundo” é realizado no final do mês de junho, seu ponto alto é a disputa dos bois Garantindo e Caprichoso. Hoje a festa é grandiosa, os bois são os astros principais da festa, mas nem se sempre foi assim:

Até a década de 60 do século passado, os bois não se “apresentavam”. Eles eram convidados a dançar e brincar nos quintais das casas, iluminados pelas *porongas* e pelas fogueiras, recebendo, em troca, iguarias juninas, e às vezes, também uma pequena soma em dinheiro. Caprichoso de um lado, Garantido do outro, por toda cidade, nas noites quentes de junho se ouviam o rufar dos tambores... (VALENTIN, 2005, p. 18).

A brincadeira foi crescendo e ficando cada vez mais acirrada, o confronto tornou-se inevitável e os Bois acabavam enfrentavam-se em batalhas campais, os versos, as rimas eram feitas para atingir o outro, o clima de rivalidade era grande ao ponto de quando os participantes dos Bois se encontravam era briga das feias, no Hospital da cidade se fazia fila para atender os feridos. (VALENTIN, 2005, p. 19).

A Festa era amadora, sem investimentos, sem grupos formados para buscar patrocínio ou melhoria para os bois, mas isso não fez com que a paixão dos torcedores dos bois diminuísse, pelo contrário, foi essa paixão que fez com que os festival se tonar o que é hoje, com esse crescimento, segundo Rodrigues (2006), a festa começou a tomar forma de espetáculo quando, por oito anos, foi realizada na quadra da JAC (Juventude Atlético Católica) e no ano de 1975, ele já necessitava de espaços bem mais predados para receber os Bois e o público. Com o festival, os bois passaram a se apresentar em um “tablado”, sendo avaliados os seguintes itens: marcação, organização, vestuário, ritmo, animação e opinião pública. Com o objetivo de ser o campeão e levar o troféu os bois começaram então a tão acirrada competição, e a necessidade de organização da disputa era nítida, pois, ainda aconteciam muitas brigas entre os brincantes.

De acordo com Saunier (2003), a convivência das torcidas passou a ser disciplinada por um regulamento, de modo que, caso uma torcida se manifestasse durante a apresentação do adversário, a agremiação a que pertencia perdia pontos no quesito correspondente à torcida organizada. Desta maneira, o regulamento assegurou a participação das torcidas, mas definiu regras para a participação das mesmas. O que tornou a competição mais organizada e menos violenta.

O crescimento do festival foi notório o que despertou o interesse político, e no ano de 1983, a Prefeitura de Parintins assumiu a responsabilidade de organizar a disputa dos Bois, um passo grande foi dado no festival, conforme o poder público começou a organizar o evento a festa passou a contar com investimentos governamentais na infraestrutura e na divulgação, a festa estava saindo dos quintais e ganhado o norte do Amazonas.

O espetáculo estava nascendo, Parintins, até então, não possui atrativos turísticos que chamem atenção para a cidade, tão pouco que trouxesse investimento e oportunidade de emprego e renda:

“Com o festival implantado, procurou-se estruturá-lo como um espetáculo atrativo. Para tanto, algumas medidas foram tomadas, tais quais: a escolha de um espaço para as apresentações, a definição de temas que determinam um certo padrão, as alegorias e as regras. As novidades introduzidas a cada ano tornaram-se atrações do festival e isso permitiu que os bois fizessem experiências a cada edição para chamar a atenção do público”. (SAUNIER, 2003, p.208)

Parintins, através do festival, ganhou investimentos grandes, se não fosse isso, talvez, a cidade não tinha tanta atenção dos governantes, sabemos que ainda é pouco, mas o que temos hoje é fruto do Festival Folclórico de Parintins. Um dos investimentos é o Bumbódromo, que foi inaugurado pelo ex Governador Amazonino Mendes, no ano de 1988. Segundo Valentin (2005), Festival de Parintins, recebia, afinal, um espaço projetado especialmente para acomodar a apresentação dos Bois. O Bumbódromo é o marco divisor definitivo entre um passado “provinciano” de “brincadeira de Boi” e o monumental espetáculo de massa.

Com a inauguração do Bumbódromo, a festa foi ganhando fama nacionalmente, não se restringia somente ao público de Parintins e de Manaus, e sim do Brasil, e, por que não, do mundo?!

O espetáculo atraía visitantes de Manaus e outros lugares do Brasil e despertava atenção da mídia e patrocinadores. Em 1995, a Coca-Cola se tornou patrocinadora oficial, injetando recurso na produção do espetáculo e, em parceria com o Governo do Estado, em ações sociais e de melhoria na

cidade. Formadores de opiniões e personalidades ilustres levados para conhecer o Festival e divulga-lo no Brasil e no exterior.” (VALENTIN, 2005, p. 70).

6 O Boi Garantido

Imagem 1 : Apresentação do Boi Garantido no Festival de Parintins



Fonte: Élcio Farias, 2017.

O Boi Garantido, também conhecido como o Boi do Povão, é um dos astros do Festival de Parintins, fazendo acontecer a maior manifestação folclórica do baixo Amazonas, criado pela tradicional família Monteverde, o Boi Garantido tem uma história rica e completa. Contar a história do Boi Garantido é contar também a saga da família Monteverde, mais especificamente de Lindolfo, primogênito da Família Monteverde.

O menino teve uma infância pobre, porém, cheia de sonhos e brincadeiras no terreiro do quintal. O maior dos seus sonhos foi alimentado pelas histórias que ouvia de sua avó sobre um boi que dançava nas noites de São João para alegrar adultos e crianças no Maranhão... (RODRIGUES, 2006, p. 56 e 60).

Lindolfo Monteverde, quando criança brincava de boi, uma brincadeira inocente, sem pretensão de torna-la em um espetáculo mundialmente conhecido, ele queria apenas montar seu boizinho. Segundo Rodrigues (2006), o Boi Garantido, a princípio, era feito com curuatá, (casca seca de uma espécie de palmeira comum na Amazônia) onde eram enfiados dois gravetos simulando chifres, o boizinho foi ganhando vida.

Catalão (2014) diz que o ano de 1912, Lindolfo ficou gravemente enfermo e, sem condições de andar, fez uma histórica promessa a São João Batista que o homenagearia todo dia 24 de junho, caso sua doença tivesse cura. Assim, surgiu o boi no ano seguinte no dia 24 de junho de 1913, o boi Garantido se apresentava pela primeira vez, como uma brincadeira de menino, firmado no tempo como boi de promessa.

Lindolfo faleceu em 05 de julho de 1979, mas já no início do Festival Folclórico de Parintins, em 1966, passou o comando do boi e seu cargo de

“amo” para seu filho João Batista Monteverde. Por conta de seu falecimento e o envolvimento de outras famílias na organização do boi tanto nas passeatas pelas casas, como durante o festival folclórico, o Garantido passou por uma transição de comando, momento em que surge a Associação Folclórica Boi-Bumbá Garantido, nos anos de 1980. O boi passa a ter uma diretoria, com presidência que gerencia o boi financeira e culturalmente, cujo objetivo principal é preservar e prosseguir com a promessa de seu criador. (CATALAO, 2014, p. 38).

Imagem 2 : Desenho de Lindolfo Monteverde e o Boi Garantido



Fonte: Comissão de Arte, 2017.

Criadas pelas mãos de um menino chamado Lindolfo, que tomou para si o papel principal de fazer a desse boi a maior expressão de um povo, que fez dessa brincadeira, sua bandeira de resistência, sua revolução cultural. O boi nasceu de “curuatá” (casca seca de uma espécie de palmeira comum na Amazônia) e ganhou movimento nas mãos do menino Lindolfo, que lhe deu vida em um boi de veludo, cipó, sarapilha e um coração na testa.

O garantido representa mais um estágio na evolução na evolução cultural da cultura o longo dos séculos. É uma história de poesia com fundamentos na cultura medieval a que atravessando o oceano, desembarcou no nordeste brasileiro, transformando-se em cultura nordestina, com a política de ocupação portuguesa na região amazônica, o Boi chega ao Norte brasileiro.

Assim, Lindolfo escreveu seu nome na história, ao criar aos 11 anos de idade, o arquétipo formal do seu Boi Garantido, trazendo como força da resistência cultural até 05 de julho de 1979, ano de seu falecimento, deixando um legado imensurável para o povo vermelho e branco de Parintins.

7 O Boi Garantido como produto

Imagem 3 : Propriedade intelectual dos artistas de Parintins, processo de criação de uma alegoria



Fonte:

Jean Reis e Élcio Farias, 2017.

Martins (2006) considera que o produto é aquilo que a empresa faz de melhor para oferecer ao mercado consumidor, podendo ser derivado de um processo natural, ou ser obtido através de uma transformação, seja com máquinas ou com a força humana. Podemos também considerar que produto seja aquilo que uma empresa ofereça a um mercado para a satisfação de uma real necessidade ou ainda de um desejo.

Segundo Gioia (2006), produto é qualquer coisa (bem, serviço, ideia, pessoa, instituição etc.) que potencialmente possui valor de troca e, nesse sentido, é o objeto de criação, produção, obtenção e/ou gestão do agente ofertante e atende ou satisfaz a necessidade do demandante. O produto pode ser um bem, um serviço, ambos, um bem associado a mais serviços, num serviço associado a um bem, uma ideia, uma imagem etc. desse modo, produto pode ser entendido mais propriamente como um conjunto de atributos e resultados de consumo que satisfazem necessidade(s), ou seja, estão ligados a benefícios.

A fábrica de conhecimentos dos artistas do boi Garantido perpetua o planejamento atual cerca de nove meses antes do mês de junho período do Festival Folclórico, passando por um processo artístico assim detalhado: é montado um grupo de especialistas artísticos, administrativos e intelectuais e formam a “Comissão de Arte” do Boi Garantido, esta comissão estuda detalhadamente o tema a ser defendido na arena do Bumbódromo nas apresentações do Festival Folclórico de Parintins, dentro deste processo é avaliada a parte musical para a elaboração do CD do Boi Garantido, nisso após a escolha do tema é anunciado e a comissão de arte realiza uma reunião com os compositores para detalhar umas partes de como o tema escolhido abordará a sua apresentação para a apresentação do festival folclórico, dentro de um curto espaço de tempo são realizadas as inscrições das músicas chamadas de toadas na qual o compositor poderá concorrer até um certo limite de toadas. Depois disso são realizadas as audições das toadas para critério de avaliação para as escolhas das toadas oficiais e que comporão o CD oficial do boi Garantido.

Depois de definidas as toadas entra outro processo criativo, os desenhos de alegorias e figurinos, como são três dias de apresentação na arena do Bumbódromo, estas apresentações trazem proposta diferentes de cada noite e com isso mudam as indumentárias e alegorias e esta criatividade do desenhista tem que ser transfigurado de acordo com a toada. Depois que são aprontadas a parte do desenho manual, como ilustra a imagem 3 acima, dá-se um novo processo que é a execução material das roupas e alegorias, este processo leva aproximadamente três meses em galpão fechado, essa parte ela gera oportunidade para auxiliares de artistas, como adericistas,

escultores, soldadores, carpinteiros, pintores e outros visto que nisso o festival de Parintins dentro de seu regulamento existe a obrigação de ser apresentadas no mínimo três alegorias compostas como: Figura Típica Regional, Lenda Amazônica e Ritual Indígena, e isso se repete nas três noites com diferentes alegorias, com diferentes toadas, com isso cada artista de alegoria monta sua equipe de quinze a vinte pessoas, e figurinistas realizam também indumentárias para a composição de itens individuais, músicos, tribos indígenas, com a formação de equipes que cada figurinista leva em torno de duas a cinco pessoas.

Imagem 4 : Criatividade da elaboração do desenho e a concretização da indumentária do item Pajé



Fonte: Jean Reis, 2018.

Este é o processo mais demorado e que dura até o dia da apresentação dos boi Garantido no Festival de Parintins, pois a magia do festival se concentra nessa etapa, nessa parte a indústria de materializar o imaginado, com o acompanhamento sendo feito pela comissão de arte do boi Garantido, além de preparar os brincantes que dançam sendo realizado o acompanhamento pelas equipes de coreógrafos do boi.

Além disso, o boi Garantido apresenta a cada ano linhas de indústrias de produtos oficiais tais como: camisetas, CD's, DVD's, copos ecológicos sustentáveis, chapéus, chaveiros, e entre outros. Estes produtos são desenvolvidos a cada ano devido à temática apresentada para a cada disputa do Festival Folclórico de Parintins contra o Boi Caprichoso. Hoje a marca boi Garantido está acompanhando as plataformas digitais, redes sociais e também para facilitar as vendas de produtos da linha oficial do boi, incluírem-se estrategicamente sites eletrônicos como o site perrechês, e o próprio site do boi Garantido, facilitando as vendas para clientes fora do município de Parintins.

Imagem 5 : Produtos comercializados para os clientes torcedores do Boi Garantido



Fonte: Jean Reis, 2018.

Mas o uso da criatividade dos artistas parintinenses é que fazem a diferença e consequentemente chamam a atenção dos visitantes a quem assiste o Festival Folclórico de Parintins, utilizando a sustentabilidade como inovação e criatividade de proporcionar um espetáculo cultural desacoplando o discurso para a preservação da Amazônia, são com grande dom artístico dessas pessoas geram e elevam a economia do município dando oportunidade para a população de Parintins a qualificar os vendedores locais, como empresários de pousadas e hotéis, lanches, taxistas, tricicleiros, artista que vendem cocar, utensílios indígenas e entre outros, uma parceria através com a prefeitura e governo do estado proporcionar cursos de atendimento ao cliente e cursos de inglês e espanhol para a recepção de turistas estrangeiros.

8 Metodologia Utilizada

Esta pesquisa foi do tipo qualitativo, que é o estudo dinâmico, flexível, onde o raciocínio é dialético, a visão da realidade é o todo, sendo subjetiva e múltipla. As definições evoluem a partir dos estudos realizados para a compressão da realizada, considerando que o contexto é importante. Bem como, Bibliográfico, que “é o estudo desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral” (VERGARA, 2009, p.43). Através da pesquisa bibliográfica obtém-se o levantamento de dados à pesquisa, com referências teóricas publicadas em documentos. Além de ser pesquisa documental, os elementos fundamentais para a coleta de dados são as observações feitas através do acesso a sites e coleta de referências.

Os elementos para as análises de dados são as interpretações de palavras, a interpretação consiste em expressar o significado do material pesquisado, comparando-se os resultados alcançados com os propósitos do estudo. Trata-se da análise de informações em sites ou qualquer outro tipo de comunicação que foi documentada. Permitindo que conteúdos descritivos sejam sintetizados. O conteúdo foi analisado de forma crítica, onde se avaliou tanto as mensagens explícitas como as implícitas dos textos, aprofundando o conhecimento acerca do objetivo investigado.

O estudo de caso na Associação Folclórica Boi Bumba Garantido foi o método utilizado.

O Estudo de Caso – enquanto método de investigação qualitativa – tem sua aplicação quando o pesquisador busca uma compreensão extensiva e com

mais objetividade e validade conceitual, do que propriamente estatística, acerca da visão de mundo de setores populares. Interessa ainda as perspectivas que apontem para um projeto de civilização identificado com a história desses grupos, mas também fruto de sonhos e utopias. (ROCHA,2008).

Segundo Merriam (1998, p.14-15) André (2008, p.18) destaca características essenciais num estudo de caso qualitativo:

Significa que o produto final de um estudo de caso é uma descrição “densa” do fenômeno em estudo. Por descrição densa entende-se uma descrição completa e literal da situação investigada. Também significa, segundo Guba e Lincoln (1985,p.119) ‘interpretar o sentido de dados demográficos e descritivos em termos de normas e costumes culturais, valores da comunidade, atitudes e noções profundamente estabelecidas e assim por diante. ’ O estudo de caso engloba um grande número de variáveis e retrata suas interações ao longo do tempo. Os dados são expressos em palavras, imagens, citações literais, figuras literária.

Quanto aos meios foi utilizada a pesquisa descritiva, Vergara (2009) diz que é a exposição das características de determinada população ou de um determinado fenômeno. A pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar. Esse tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987). A pesquisa descritiva não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de para tal explicação.

9 Considerações Finais

Em plena selva amazônica, em uma pequena ilha de seis mil quilômetros quadrados, é apresentado um espetáculo cuja grandeza as palavras são incapazes de traduzir. Pessoas humildes, muitas nascidas às margens do Rio Amazonas, fazem uma das maiores manifestações culturais de que sem notícia. O Festival de Parintins é uma emoção crescente que se repete todos os anos. O calor humano do povo se traduz na hospitalidade dos parintinenses, as belezas naturais da região completam o cenário.

Parintins está assentado na Ilha de Tupinambarana, uma das maiores ilhas da Amazônia, em seus quilômetros, vive uma população hospitaleira e inventiva, um povo que tem na sua história a magia de criar. Há mais de um século cultivamos a brincadeira do Boi-Bumbá, em que resgata a cultura indígena, numa festa que vem atraindo a atenção de estudiosos do mundo inteiro. Estudiosos que se fascinam com a festa e com a região onde ela acontece, uma bela ilha cercada de lagos, furos, paranás, ilhotas.

A Associação Folclórica Boi Bumbá Garantido (2006) fortalece em sua identidade quanto se fala de tradição, conseqüentemente, se fala de verdade porque a tradição é grande a grande responsável pela conexão entre passado e o presente. É por meio da tradição que fortalecemos nossas particularidades culturais. A história do Bo Bumbá Garantido é uma história verdadeira, que alimenta e fortalece a cada dia as nossas particularidades culturais.

Através de Lindolfo Monteverde, criador do boi Garantido, tradição sempre representou símbolos que marcam até hoje a identidade do boi, não apenas a massa amorfa de ideologia estática que não acompanha o aperfeiçoamento do fazer humano. O boi Garantido, antes de ser uma marca, são códigos de valores que determinam a identidade e o comportamento de quem torce pelo boi. A verdade da história do Boi Garantido chegou até nossos dias através da tradição oral de Lindolfo, que até mesmo antes de sua morte em 1979, passou para filhos, netos, amigos e brincantes do boi que definiram o perfil histórico do boi Garantido enquanto brincadeira popular.

Podemos averiguar que esta manifestação cultural popular do boi Garantido que se deu desde o seu surgimento do ano de 1913 se aperfeiçoou com o decorrer dos anos em questão plasticamente do espetáculo com a criatividade destes artesãos titulados de artistas locais chamarem

atenção da maior manifestação cultural do Brasil, o carnaval, onde esses artistas realizam os movimentos dos carros alegóricos de escolas de samba de São Paulo e Rio de Janeiro. Vale salientar a percepção da criatividade que se supera a cada ano e isso fortalece o município atraindo diversos turistas no fim do mês de junho, gerando e alimentando uma cadeia turística para o estado do Amazonas. O produto do Festival Folclórico de Parintins chama muita atenção de patrocinadores nacionais e internacionais, mas é preciso trazer à tona a importância e o fortalecimento da economia criativa e aprimorar, capacitar e abranger gestores dos empreendimentos de economia criativa locais para trazer informações relevantes como um fator industrial de conhecimento no sentido de melhorar ou criar ações básicas de inovação para a sustentabilidade dos pequenos empreendimentos comerciais.

Ainda é necessário desenvolver realização de assessoria técnica e de qualificação no que diz respeito às alternativas de geração de emprego e renda sustentável dos recursos naturais comuns. A economia criativa nasce de inúmeras, fascinantes e inovadoras experiências decorrentes de conhecimento e técnicas tradicionais na construção de formas inovadoras de produção com caráter alternativo e solidário. A alternativa de geração renda e emprego de forma sustentável como a alternativa valiosa, por se tratar de uma atividade de interesse da comunidade, tanto como gerador de renda.

10 REFERÊNCIAS

- ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso. Estudo de caso em pesquisa e avaliação educacional: Editora Liber Livros: Brasília, 2008. 68 p. (Série Pesquisa: Vol. 13)
- ANNUNZIATA, L. Toda a Economia Criativa Pode Ser Criativa. In: FONSECA, Ana Carla. et al. **Economia criativa: um conjunto de visões** [recurso eletrônico]. São Paulo: Fundação Telefônica, 2012.
- ASSOCIAÇÃO FOLCLÓRICA BOI-BUMBÁ GARANTIDO. **A Grande Maloca**. Parintins: Associação Folclórica Boi-Bumbá Garantido, 2006.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014**. Brasília, 2011.
- BRASIL. Secretaria Especial da Cultura – Ministério da Cidadania Disponível em <<http://cultura.gov.br/tag/economia-criativa/>>. Acesso em 19 de janeiro de 2019.
- CAIADO, A. S. C. (Coord.). Economia Criativa na cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade. São Paulo: FUNDAP, 2011. 160 p
- CATALAO, Laranna Prestes. **Mãos que tecem o Festival Folclórico de Parintins: Um estudo sobre as condições de trabalho e saúde dos artistas de galpão do boi-bumbá** /Dissertação (Mestrado em Serviço Social e Sustentabilidade na Amazônia). Instituto de Ciências Humanas e Letras, Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. Fundamentos do Marketing Turístico. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2005.
- ESTATÍSTICA, Instituto Brasileiro de geografia e. Censo Demográfico de 2000 e 2007. <http://downloads.ibge.gov.br/downloads_estatisticas.htm>. Acesso em 20 de novembro de 2018.
- GIOIA, Ricardo M. (coord.). et al. **Fundamentos de marketing: conceitos básicos**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- GUBA, EG e LINCOLN, Y. *Effective Evaluation*. San Francisco: Jossey Bass, 1981.

HOWKINS, John. **The creative economy – How people make money from ideias**. London: Penguin Books, 2001.

IBGE. **População estimada 2016**. Disponível em <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=130340>>. Acesso em 17 de dezembro de 2018.

MARION, J. C.. Contabilidade rural: contabilidade agrícola, contabilidade da pecuária, imposto de renda pessoa jurídica. 8. ed. São Paulo:Atlas, 2005

MARTINS, P.G.; ALT, P.R.C. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. 2 ed. Saraiva, 2006.

MERRIAM, S.B. *Case study research in education*. San Francisco: Jossey Bass, 1988.

ROCHA, Denise A.B. F. Formação e Monitoramento de Juristas leigos. A Experiência de uma ONG com a Educação Popular na Região Sisaleira da Bahia, 2008.

RODRIGUES, Allan Soljenítsin Barreto. Boi-Bumbá:Evolução –Livro-reportagem sobre o Festival Folclórico de Parintins. Manaus: Valer, 2006.

RODRIGUES, Débora Cristina Bandeira et. al. **Economia Criativa: Um estudo sobre a articulação do campo cultural da artesanal no estado do Amazonas**. In: CHAVES, Maria do Perpétuo socorro Rodrigues; CARVALHO, Nerine Lúcia Alves de. (Org.). Economia Criativa: A Experiência do Observatório Estadual de Economia Criativa do Amazonas, 2016.

SAUNIER, Tonzinho. *Parintins: Memória dos Acontecimentos Históricos*. Manaus: Valer/ Governo do Estado do Amazonas, 2003. p.201.

TRIVIÑOS, Augusto. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VALENTIN, Andréas. **Contrários: a celebração da rivalidade dos bois-bumbás de Parintins**. Manaus: Valer, 2005.

VERGARA, Silva Constant. **Projeto de pesquisa em administração**. 11 . ed. São Paulo: Atlas, 2009.