

Cultura popular, religiosidade, turismo e midiaticização: as cores do Bumba Meu Boi maranhense¹

Antônio Abreu²

Submetido em: 20/10/2025

Aceito em: 24/11/2025

O folguedo do Bumba Meu Boi maranhense percorre terreiros, ruas e palcos em forma de apresentações que extrapolam o mero espetáculo folclórico, constituindo-se como uma expressão viva da cultura popular. Essa manifestação sintetiza alegria, liberdade, lendas e religiosidade, marcada pelo sincretismo que amalgama diferentes tradições e crenças. No boi, convivem o sagrado e o profano, o catolicismo popular e as matrizes afro indígenas — uma harmonia frequentemente discutida nas rodas de debate acadêmicas, mas ainda pouco vivenciada em uma sociedade que, em muitos momentos, se revela atravessada pela intolerância religiosa e pela imposição de valores hegemônicos.

A cultura popular, nesse contexto, assume um papel de resistência e expressão identitária, sendo um espaço de mediação simbólica entre comunidades e territórios. O Bumba Meu Boi representa, portanto, a materialização do encontro entre fé, arte e tradição, reforçando o pertencimento social e o vínculo com as ancestralidades. Esse potencial simbólico e afetivo torna-se também um atrativo para o turismo cultural e religioso, que reconhece nas manifestações populares um campo fértil de valorização e preservação das identidades locais.

No cenário mais amplo, o Brasil se destaca pela sua diversidade de belezas naturais, expressões culturais, artísticas e religiosas, que atraem públicos variados e movimentam diferentes segmentos do turismo. Conforme observa Arbach (2001, p. 15), “nas últimas décadas, o turismo tornou-se uma importante opção de desenvolvimento econômico para muitos países, tanto industrializados como não industrializados”. Assim, o turismo, ao incorporar a cultura e a religiosidade como dimensões estratégicas, contribui para a promoção social, econômica e simbólica das comunidades envolvidas.

¹ Trabalho realizado com apoio da Capes.

² Doutorando, Mestre em Ciências da Comunicação e Mestrando em Turismo. Bacharel em Administração, Jornalismo e Turismo. Professor Efetivo IFMA. Correio eletrônico: antonio.abreu@ifma.edu.br.

Especificamente no Maranhão, o turismo passou a se diversificar nas últimas décadas. Ao tradicional turismo de sol e praia, somaram-se o turismo de aventura, rural, sustentável e de identidade local, que exploram a riqueza das cachoeiras, rios, lagoas e igarapés do estado. Paralelamente, o turismo cultural e religioso tem ganhado expressiva relevância, promovido por políticas públicas e por agências especializadas que identificam nessas manifestações um forte apelo emocional e promocional. Essa ampliação de perspectivas permite a criação de roteiros integrados, nos quais o lazer, a fé e a cultura se entrelaçam na experiência turística.

De acordo com Abreu (2025, p. 105), “o turismo é uma área de atuação fragmentada que abrange diferentes segmentos de mercado e negócios, e não apenas um produto competitivo internacionalmente”. Nesse sentido, a articulação entre cultura, religiosidade e turismo constitui uma estratégia essencial para compreender o Bumba Meu Boi como produto cultural e, simultaneamente, como patrimônio vivo, capaz de movimentar ações de monetização criativa e fortalecer o sentimento de pertencimento das comunidades envolvidas.

Cada camada desta manifestação — seja a estética, a cênica, a religiosa ou a simbólica — incorpora o saber-fazer comunitário, transmitido de geração em geração. O Bumba Meu Boi é produzido no seio das comunidades, como forma de preservar tradições, reafirmar identidades e celebrar o lazer coletivo, sendo também uma forma de resistência cultural diante das transformações sociais e das tentativas de homogeneização cultural.

No Maranhão, essa manifestação ascendeu socialmente: originada nas comunidades negras e indígenas, o Bumba Meu Boi ultrapassou os limites dos terreiros, ganhando reconhecimento público, institucional e midiático. Hoje, é símbolo identitário do estado, representando o Maranhão tanto em campanhas governamentais quanto em ações da iniciativa privada. A sua midiática ampliação amplia o alcance dessa expressão cultural, transportando-a dos espaços comunitários para o campo das representações simbólicas e publicitárias.

Esse movimento confirma o pensamento de Luiz Beltrão (1980), ao evidenciar o poder da folkcomunicação — a comunicação que emerge do povo, estruturando-se por meio de suas práticas e linguagens próprias. O Bumba Meu Boi, ao circular entre os meios populares e os meios de massa, exemplifica de modo claro essa teoria: torna-se agente comunicacional, capaz de articular valores, crenças e modos de vida por meio da festa, da música e da performance.

As imagens, sons e cores que compõem o Bumba Meu Boi expressam uma estética de misticismo e religiosidade latente, traduzindo a profundidade espiritual das comunidades que o sustentam. Essa expressividade é hoje explorada tanto pelo turismo quanto pelas mídias digitais,

que ressignificam e difundem as práticas culturais, ampliando seus públicos e territórios simbólicos.

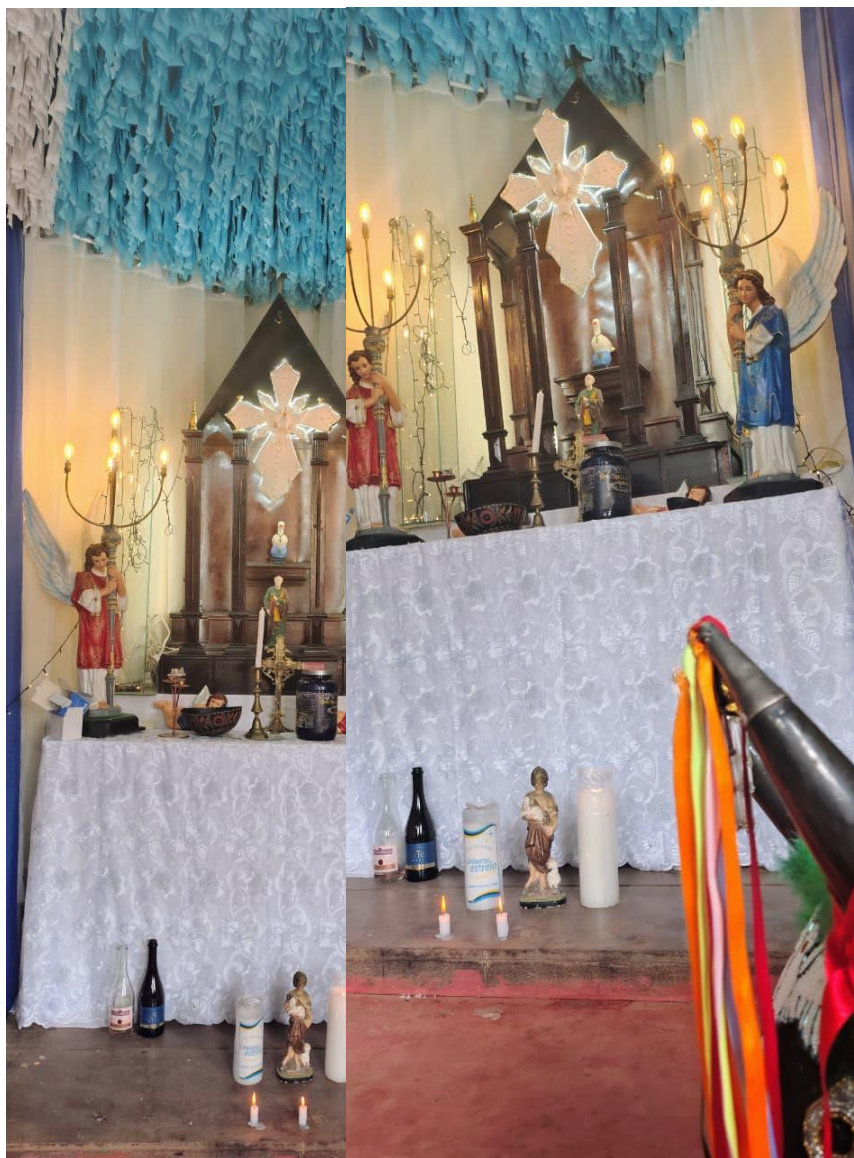
Antes da popularização da internet e das redes sociais, a comunicação sobre o Bumba Meu Boi era mediada por filtros elitizados, restritos à lógica de uma agenda-setting institucional. Hoje, com a expansão das tecnologias digitais, a comunicação se democratiza: passa a ser produzida pelos próprios agentes da cultura popular — os brincantes, costureiras, músicos e devotos que constroem o boi em sua materialidade e espiritualidade. Assim, a midiaticização do Bumba Meu Boi reflete a apropriação popular dos meios de comunicação, fazendo da cultura um espaço vivo de diálogo entre tradição, modernidade e pertencimento.

O que se apresenta a seguir é um encadeamento sincrético e harmonioso envolvendo cores, cultura popular, religiosidade e turismo. A sequência parte da movimentação dos grupos folclóricos de Bois, de sotaques: Baixada, Costa de Mão, Matraca e Zabumba, na noite que antecede o dia 29 de junho (Dia de São Pedro), e percorrem um trecho no bairro da Madre Deus em São Luís, entre o terreiro de Mina e a capela São Pedro.

A sequência é promovida pela continuidade da festa, onde estes grupos folclóricos, além de pedir proteção e render graças, tanto as entidades afro-indígenas quanto ao santo católico, entrando em seus respectivos espaços sagrados, dançando e incorporando, reúnem-se acompanhados de trios elétricos no outro bairro, denominado João Paulo, para também festejar à São Marçal.

Uma profusão de cores, de batidas frenéticas com dois pedaços de madeira, o acompanhamento dos brincantes, curiosos e visitantes/turistas tomam conta de boa parte da avenida São Marçal, mantendo a concentração em frente ao quartel do exército (que recepciona ofertando caldo de feijão a todos que passam e desejam) até a estátua de 7 m do homenageado do dia, São Marçal, o padroeiro dos boieiros.

Foto 01: Altar no Terreiro de Mina



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 02: Capela São Pedro na noite de 28 para 29/06



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 03: Grupo de Boi com brincantes e apreciadores chegando na capela S. Pedro



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 04: Brincantes do Boi transportando o fogo para aquecer os instrumentos



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 05: Boieiro incorporando antes de subir as escadarias da capela S. Pedro



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 06: Caboclo de Pena liderando a subida das escadarias na capela S. Pedro



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 07: Miolo do Boi subindo as escadarias da capela S. Pedro com mãos e pés no chão



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 08: Boieiros agradecendo e incorporando dentro da capela S. Pedro



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 09: Concentração em frente ao quartel do exército na Av. São Marçal



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 10: Brincantes e trio elétrico na Av. São Marçal



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 11: Gerações representando a continuidade do folguedo do Boi



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Foto 12: Matracas, em diversos tamanhos, dão sons à festividade



Fonte: Antônio Abreu, 2025

Referências

ARBACHE, Jorge Saba. **O mercado de trabalho na atividade econômica do turismo no Brasil**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

ABREU, Antônio Jorlan Soares de. **Folkturismo e bumba meu boi do Maranhão: identidade e lógicas de produção e consumo cultura**. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2025. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/xmlui/handle/1884/97020>. Acesso em: 13 out. 2025.

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

BELTRÃO, Luiz. **O índio, um mito brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1977.