

O discurso pela f(r)esta: reflexões foucaultianas sobre o bumba-meu-boi

Mônica da Silva Cruz

Universidade Federal do Maranhão

E-mail: monica.silva@ufma.br

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6811-8107>

Resumo: O bumba-meu-boi, manifestação típica da cidade de São Luís, emerge de uma combinação de práticas culturais originárias de diferentes povos - indígenas, africanos e europeus. Neste artigo, partimos da questão: que condições possibilitaram a emergência da festa do Bumba-meu-boi como um símbolo da cultura maranhense? A fim de que essa pergunta seja respondida, apresentamos alguns acontecimentos que corroboraram para que o discurso da festa como marca de uma identidade local fosse construído. Propomos uma análise discursiva, de viés foucaultiano, dessa trajetória de (in)visibilidade da festa do Bumba-meu-boi, seguindo os seguintes objetivos: i) discutir a emergência da festa no Brasil; ii) apresentar alguns movimentos de sentidos sobre a festa na capital maranhense; iii) analisar uma propaganda oficial do Governo maranhense, pontuando as relações de poder-saber. A análise indica que a indústria do turismo apaga contradições da história para transformar a festa em um produto para consumo.

Palavras-chave: Bumba-meu-boi; discurso; mídia; poder

The discourse for the f(r)esta: foucaultian reflections about bumba-meu-boi

Abstract: The Bumba-meu-boi, a typical event of São Luís city, emerges from a combination of cultural practices originating from different peoples - indigenous, African and European. In this article, we start from the question: what conditions made it possible for the Bumba-meu-boi festival to emerge as a symbol of Maranhão culture? In order to answer this question, we present some events that contributed to the construction of the discourse of the festival as a mark of local identity. We propose a discursive analysis, with a Foucauldian bias, of this trajectory of (in)visibility of the Bumba-meu-boi festival, following the following objectives: i) to discuss the emergence of the festival in Brazil; ii) to present some movements of meanings about the festival in the capital of Maranhão; iii) to analyze an official advertisement of the Maranhão government, highlighting the power-knowledge relations. The analysis

indicates that the tourism industry erases contradictions in history to transform the festival into a product for consumption.

Keywords: Bumba-meu-boi; discourse; media; power

El discurso de la f(r)esta: reflexiones foucaultianas sobre el bumba-meu-boi

Resumen: El bumba-meu-boi, manifestación típica de la ciudad de São Luís, surge de una combinación de prácticas culturales originarias de diferentes pueblos: indígenas, africanos y europeos. En este artículo partimos de la pregunta: ¿qué condiciones hicieron posible que la fiesta del Bumba-meu-boi surgiera como símbolo de la cultura maranhão? Para responder a esta pregunta, presentamos algunos acontecimientos que contribuyeron a la construcción del discurso de la fiesta como marca de identidad local. Proponemos un análisis discursivo, con un sesgo foucaultiano, de esta trayectoria de (in)visibilidad del festival Bumba-meu-boi, siguiendo los siguientes objetivos: i) discutir el surgimiento del festival en Brasil; ii) presentar algunos movimientos de sentido sobre la fiesta en la capital de Maranhão; iii) analizar una publicidad oficial del gobierno de Maranhão, destacando las relaciones poder-conocimiento. El análisis indica que la industria turística borra las contradicciones de la historia para transformar la fiesta en un producto de consumo.

Palabras clave: bumba-meu-boi; discurso; medios de comunicación; fuerza

INTRODUÇÃO

Neste artigo, apresentamos algumas reflexões sobre a emergência do Bumba-boi como marca de identidade local, respaldando-nos em estudos foucaultianos, como na obra *A Arqueologia do saber* (Foucault, 2008), com seus conceitos sobre poder e discurso. Segundo esse autor, não importa a cronologia dos fatos, mas o “acontecimento discursivo” em sua emergência, e para abordar essas questões Foucault (2008) parte da análise do enunciado. Para ele:

(...) trata-se de compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação; de determinar as condições de sua existência, de fixar seus limites da forma mais justa, de estabelecer suas correlações com os outros enunciados a que pode estar ligado, de mostrar que outras formas de enunciação exclui. (Foucault, 2008, p. 30-31).



Nessa esteira, partiremos da questão: que condições possibilitaram a emergência da festa do Bumba-meu-boi como um símbolo da cultura maranhense e não outra manifestação cultural? Para que essa resposta seja respondida, apresentamos alguns acontecimentos que contribuíram para que o discurso sobre a festa como marca de uma identidade local fosse construído.

Além dos estudos foucaultiano, o trabalho respalda-se em referências ligadas à Sociologia e à Antropologia, também. O artigo divide-se em três momentos. Inicialmente discorremos sobre as raízes do Bumba-meu-boi; em seguida discutimos algumas movências dos sentidos nessa manifestação; na sequência, analisamos uma propaganda oficial do Governo do estado do Maranhão que traz a festa como marca dos festejos juninos da capital maranhense.

SOBRE AS RAÍZES DO BUMBA-MEU-BOI

O Bumba-meu-boi é uma manifestação da cultura popular cujas origens estão ligadas a vários acontecimentos. Cascudo (1978) apresenta uma das versões mais próximas da estrutura da festa que hoje conhecemos.

O BUMBA-MEU-BOI, BOI KALEMBA, BOI BUMBÁ, ou simplesmente BOI é um auto popular formado no Norte do Brasil, de Bahia pra cima, pela reunião de vários reisados tradicionais, ao redor da dança do boi, possíveis reminiscências das Tourinhas de Portugal (Cascudo, 1978, p. 383).

Segundo o autor, o nome dado ao Bumba-meu-boi, no Maranhão, tem raízes congolezas e remete ao sentido de pancada, golpe, batida; “é uma forma interjetiva de mandar o boi bater, de dizer chifra-meu-boi” (Cascudo, 1978, p.383). Trata-se de uma síntese entre elementos típicos dos reisados brasileiros e a Tourinha, uma dança originária do Minho, lugar de intensa imigração portuguesa para o Brasil.

A Tourinha, dança do boi portuguesa, era uma espécie de tourada, que se realizava com os movimentos de um novilho ou com uma alegoria semelhante a esse



animal. Imitando uma tourada, alguns rapazes investiam contra o boizinho e eram então por ele perseguidos, em um misto de celeuma e alegria coletiva. Embora chamada “dança do boi”, seus participantes e espectadores não dançavam nem cantavam.

Para Londres (1994, p.414), as origens do Bumba-meu-boi relacionam-se também aos reisados, “cortejos bailados de representações dramáticas”, com recitativos ou cantorias musicadas que reúnem fragmentos de romances portugueses, brasileiros e outras cantigas e versos gerais. Essas cerimônias foram bem recebidas e até promovidas pelas autoridades brasileiras, pois a manifestação seria um modo de agradar e sossegar a população escrava. Os dois autores (Londres, 1994 e Cascudo, 1978) concordam que o Bumba-meu-boi incorporou ao seu repertório elementos como a dança e a música, provenientes dos reisados.

Ligado à esfera religiosa, o auto é um gênero fortemente presente na manifestação maranhense. Segundo Saviotti (1945), no período medieval, o auto não obedecia a nenhuma estrutura teórica e destinava-se apenas a apresentações tímidas de temas bíblicos em ritos litúrgicos. Com o tempo, esse tipo de representação adquiriu características próprias e se tornou uma expressão espontânea do povo, tornando-se uma forma de retratar a sociedade, muitas vezes, de maneira satírica. Em um misto de sagrado e profano, de rituais e crítica social, o Bumba-meu-boi nasce também desse gênero, tornando-se uma manifestação artística singular e muito autêntica.

O auto do Bumba-meu-boi, para quem não conhece, versa sobre um embate entre o dono de um boi (o fazendeiro) e seus escravos. Essa esfera teatral leva autores como Cascudo (1978) e Carvalho (1995) a afirmarem que a festa é um ato popular de teor crítico-social importante. Na concepção de Cascudo (1978), “(...) é um depoimento precioso da mestiçagem brasileira” (Cascudo, 1978, p.381). Nesse sentido, afirmamos que também é um retrato das relações sociais entre senhores e escravos, personagens que construíram parte da história do Brasil.

Concordando com Cruz (2005), analisamos a manifestação como espaço discursivo de crítica social, com base em Bakhtin (1987), que entendeu a linguagem na dimensão língua-cultura, e analisou a funcionalidade social de festas populares, como o carnaval, sob a ótica da discursividade. Bakhtin (1993), em “A cultura popular na Idade Média e no Renascimento”, demonstra que as festas do povo, seus rituais, são também instrumentos de luta social. O autor destaca que a característica mais acentuada dessas manifestações está em romper as barreiras da vida social, em satirizar as hierarquias, em apoiar a convivência harmoniosa entre os lados extremos da sociedade. Para o autor, uma visão carnavalesca caracteriza-se:

principalmente, pela lógica original das coisas “ao avesso”, ao contrário das permutações constantes do alto e do baixo (a roda), da face e do traseiro, e pelas diversas formas de paródia, travestis, degradações, profanações, coroamentos e destronamentos bufões (Bakhtin, 1993, p. 03).

Em linhas gerais, a trama do Bumba-meu-boi é desenvolvida a partir do seguinte enredo: um escravo (chamado Chico ou Pai Francisco) mata o boi mais estimado do dono da fazenda para satisfazer o desejo de sua esposa, a negra Catirina, que quando grávida, deseja comer a língua do bovino. A trama se desenrola então entre o sequestro do animal, sua morte e a busca do sequestrador pelo fazendeiro. A história finaliza com a ressurreição do boi, e o dono da fazenda feliz com o retorno do seu gado predileto, convocando todos para uma grande festa.

O tom satírico dado ao tema da ressurreição na festa, com o renascimento do boi, pode ser lido como mecanismo discursivo de resistência ao discurso religioso cristão, relativizando sua autoridade, rompendo sua monofonia. A linguagem caricata, a irreverência do negro, que ousa roubar o boi mais prestigiado de seu senhor, os usos do verbal e não-verbal, são elementos que nos conduzem a reflexões acerca dos movimentos de resistência dentro da manifestação. O ciclo da festa tem sua culminância no mês de junho, no Maranhão, e o período se divide entre ensaios,

batismo do boi, apresentações (no período junino) e morte do boi (geralmente no final do mês de julho).

Atualmente, notamos mudanças no formato das apresentações de grupos de Bumba-meu-boi, com as performances mais concentradas nas coreografias e músicas, e com a encenação do auto mais restrita às sedes dos grupos. Isso está relacionado a vários fatores, como questões de segurança, a busca por recursos financeiros ou mesmo mudanças na dinâmica do público.

AS MOVÊNCIAS DOS SENTIDOS NO BUMBA-MEU-BOI

Na cidade de São Luís, a festa do Bumba-meu-boi foi gradativamente constituída como um símbolo de identidade local. Entre as condições que possibilitaram a sua emergência (Foucault, 2008) como marca da cidade estão acontecimentos diversos que a envolvem como lugar discursivo. Refletiremos sobre algumas transformações pelas quais a festa passou no Estado do Maranhão, tomando como base teórica a análise arqueológica proposta por Michel Foucault (2010). Essa análise pretende buscar não a cronologia dos fatos, mas o acontecimento discursivo em sua irrupção, e para isso Foucault (2010, p.30-31) enumera alguns pontos de partida, que, iniciando-se pelo enunciado, consiste primordialmente em: a) “verificar como apareceu um determinado enunciado e não outro em seu lugar”; b) “compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação”; c) “determinar as condições de sua existência”; d) “fixar seus limites da forma mais justa”; e) “estabelecer correlações com outros enunciados a que pode estar ligado”; f) “mostrar que outras formas de enunciação excluem”. Nessa análise do acontecimento discursivo “deve-se mostrar como o enunciado não poderia ser outro, como exclui qualquer outro, como ocupa, no meio dos outros e relacionados a eles, um lugar que nenhum outro poderia ocupar”. Portanto:



por mais banal que seja, por menos importante que o imaginemos em suas consequências, por mais facilmente esquecido que possa ser em sua aparição, por menos entendido ou mal decifrado que o suponhamos, um enunciado é sempre um acontecimento que nem a língua, nem o sentido podem esgotar inteiramente (Foucault, 2008, p. 31).

Por esses princípios, passamos a refletir sobre a emergência do Bumba-meu-boi (e não a de outras manifestações, como o Cacuriá ou o Tambor-de-Crioula, expressões culturais também muito cultivadas no Maranhão) como o grande destaque das campanhas publicitárias do Estado, nos festejos juninos. Nessa direção, perguntamos, por que a festa do Bumba-meu-boi emergiu como emblema de identidade maranhense em determinado momento da história?

A festa nem sempre foi uma marca da cultura local, como hoje a conhecemos no Maranhão, principalmente na capital, São Luís. Alguns registros de jornais datados do século XIX dão conta de que os grupos causavam aversão à elite maranhense (Prado, 1977, p. 118). Segundo Reis (1984, p. 17), o Bumba-meu-boi, predominante entre a população negra da cidade de São Luís, incomodava a ponto de ser proibido no período de 1861 a 1868 na capital, por ordem da polícia. Essa proibição envolvia questões políticas e sociais da época. Além disso, no período em questão, o Brasil ainda estava sob o domínio do Império português e vivia tensões sociais em torno da escravidão, com movimentos abolicionistas crescendo. A proibição ao Bumba Meu Boi, portanto, refletia uma tentativa de controle sobre as manifestações culturais populares, que por vezes combinavam elementos de crítica social, religião e resistência, além de serem uma forma de expressão das comunidades afro-brasileiras e indígenas.

Estendendo-se ao século XX, o sentimento que as famílias burguesas tinham sobre o Bumba-meu-boi era também de recusa. Até a década de 1940, a polícia era acionada a cada vez que a “brincadeira” passava. A elite, em geral, não a considerava “como manifestação da cultura popular, mas como brincadeira estúpida de negros”, afirma Marques (1999, p. 68), uma repercussão das relações escravocratas que



estruturaram o país. Somente a partir dos anos 1970 começa a valorização da festa como símbolo da cultura maranhense, e isso se dá conforme alguns acontecimentos:

a ida do Boi de Pindaré ao Rio de Janeiro, levado pelo governo para apresentações públicas e gravação do seu primeiro disco, a gravação da música boi da lua, de César Teixeira[...]; a criação do programa Raízes [...]; as apresentações fora de época para turistas; a expansão dos grupos de orquestra; a organização em associações culturais e federações folclóricas (Marques, 1999, p. 85).

Esses acontecimentos ocorreram no âmbito local, mas em nível nacional, é preciso lembrar que, sob o comando de um governo de ditadura militar, outros movimentos eram feitos. Segundo Fernandes (2013), mesmo cheio de contradições, a atuação da ditadura sobre a cultura do país foi desenvolvida com base em uma estratégia delineada em três linhas:

1) a censura a um tipo de produção cultural considerada subversiva e, por outro lado, o incentivo à produção considerada, pelos governantes, “afinada com a tradição e os valores da cultura brasileira”; 2) os investimentos em infraestrutura, principalmente na área de telecomunicações, que favoreceram a consolidação da indústria cultural entre nós; 3) a criação de órgãos governamentais destinados a regulamentar e organizar a produção e a distribuição cultural pelo território brasileiro. Além disso, tais ações deveriam estar em consonância com o projeto de modernização do país (Fernandes, 2013, p. 175).

A proposta de construção de um nacionalismo pujante levou muitas cidades a valorizar suas manifestações populares. Todos esses fatores aparentemente externos ao discurso, configuram o que Foucault (2008) denomina “positividade”, um conjunto de práticas discursivas profundamente ligadas à maneira como as sociedades e instituições constroem e regulam formas de verdade, regimes de enunciação e normalizam alguns acontecimentos. Essas regulações formaram as bases que tornaram a festa em “acontecimento”, elemento resultante de uma interação entre saberes e poderes diversos, capaz de modificar outras práticas sociais. Assim, essa miríade de eventos e situações políticas e econômicas apontadas por Marques (1999) e Fernandes

(2013) instigaram transformações no olhar da sociedade sobre a festa do Boi, na ilha de São Luís, especificamente.

Segundo Foucault (2008, p. 50), para entendermos as regras de formação de um objeto é preciso observar as condições para que apareça, as condições históricas para que dele se possa “dizer alguma coisa” e para que dele várias pessoas possam dizer coisas diferentes, as condições para que ele se inscreva em um domínio de parentesco com outros objetos, para que possa estabelecer com eles relações de semelhança, de vizinhança, de afastamento, de diferença, de transformação. Essas condições são numerosas e importantes.

Isto significa que não se pode falar de qualquer coisa, em qualquer época; não é fácil dizer alguma coisa nova; não basta abrir os olhos, prestar atenção, ou tomar consciência, para que novos objetos logo se iluminem e na superfície do solo, lancem sua primeira claridade (Foucault, 2008, p. 50).

Ainda no dizer de Foucault (2010, p. 50), essa “dificuldade não é apenas negativa, não se deve associá-la a um obstáculo cujo poder seria, exclusivamente de cegar, perturbar, impedir a descoberta, mascarar a pureza da evidência (...) das próprias coisas”; pois “o objeto não preexiste a si mesmo, retido por algum obstáculo aos primeiros contornos da luz, mas existe sob as condições positivas de um feixe complexo de relações”. Isso significa que para o Bumba-meu-boi irromper como elemento identitário de São Luís, um feixe complexo de relações corroborou para esse aparecimento.

Essas relações são estabelecidas, segundo Foucault (2010), entre instituições, processos econômicos e sociais, formas de comportamentos, sistemas de normas, técnicas, tipos de classificação, modos de caracterização (Foucault, 2008, p. 50). Essas relações, no entanto, “não definem a constituição interna do objeto, mas o que lhe permite aparecer, justapor-se a outros objetos, situar-se em relação a eles, definir sua diferença, sua irreducibilidade e, eventualmente, sua heterogeneidade (...)”.

Essas observações nos levam a concluir que o objeto sempre existiu, mas a dinâmica de relações interinstitucionais definem se devem aparecer ou não.

Perseguimos, assim, as relações que constituem o Bumba-meu-boi como acontecimento discursivo, marca de identidade local em propagandas de Turismo do Estado, e percebemos que essa emergência tem relação com o teor de resistência da festa, na medida em que, conforme demonstra a análise discursiva do auto, a festa satirizava relações escravocratas do país, no período imperial, e assim se constituía em lugar enunciativo de luta contra as desigualdades sociais. Além disso, o alcance que a festa tinha entre a população mais periférica da cidade, em sua maioria formada por negros ou seus descendentes, também lhe atribuiu um lugar de relevo entre outras festas populares do Estado. Dessa forma, elevar a festa ao *status* de principal representante da identidade cultural maranhense também denota interesses de controle sobre seu perfil de prática contestatória. Esse processo se deu discursivamente, com a manifestação enredada em tramas mercadológicas das relações globalizadas que se fortaleceram ainda no século XX. Nesse conjunto de relações, o Bumba-meu-boi passou a ser discursivizado como elemento forte da identidade local e um dos principais produtos da indústria do turismo no Estado.

A indústria cultural é uma grande máquina capitalista, e tem o objetivo de garantir uma função hegemônica, inclusive no campo da cultura. Conforme Warnier (2000, p.26-7), as indústrias culturais emergiram com o advento das revoluções industriais, momento em que os países chamados desenvolvidos se equiparam de ferramentas para fabricar produtos culturais, intensificando o contato entre diferentes culturas. Segundo o autor, é provável que a expressão “indústrias culturais” tenha sido utilizada pela primeira vez em 1947, por Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, dois sociólogos da chamada Escola de Frankfurt. De modo genérico, essa escola ressaltava que o aspecto negativo da modernidade industrial estava em sua incapacidade “de

transmitir uma cultura que atingisse os sujeitos em sua profundidade, reduzida ao pastiche, ao falso e à padronização superficial” (Warnier, 2000, p. 26).

A apropriação de produções populares pelas mídias é um dos fatores que deslocam os valores simbólicos do fenômeno cultural de suas funções originais, atribuindo-lhes contornos que correspondam aos interesses das indústrias culturais. No caso do Bumba-meu-boi, a categoria industrial que mais se apropriou dele foi o turismo, determinando-lhe mudanças em seus traços originais por valorizá-lo como empreendimento, pois o turismo, como atividade econômica, fundamenta-se na montagem criativa de um esquema de iniciativas que explora o peculiar, o típico, o específico, oferecendo atrações capazes de ocupar o tempo livre das pessoas, compreendidos como consumidores, despertando seu interesse e sua vontade de aplicar recursos financeiros nas atrações que lhe são oferecidas.

Na condição de símbolo de identidade popular, desde os anos 1980, em São Luís, o Bumba-meu-boi tem sido base para propagandas e publicidade turísticas e governamentais; é também inspiração para produtos como música, shows, artesanato, e na divulgação da imagem do Maranhão. Em inúmeras situações, os produtores do Bumba precisam de recursos financeiros, essenciais no processo de toda manifestação popular, e por precisarem desse auxílio para garantir a sobrevivência, os grupos de bumba-meu-boi participam intensamente de apresentações durante as festas juninas, aproveitando o período para ampliarem o arrecadamento financeiro, principalmente via consumo turístico.

Desse modo, o sentido de espontaneidade da festa como prática de entretenimento para a população é transformado em espetáculo, sendo esta uma das propostas de funcionamento do turismo. Ao valorizar o Bumba-meu-boi como produto cultural, a indústria do turismo reorienta suas características originais, seu tom mais rural, impondo, de várias formas, essa transformação aos produtores dos grupos.



O Bumba-meu-boi, assim, emerge em um Estado onde muitas outras práticas populares (dança do cacuriá, tambor de crioula, dança do lelê etc.) são amplamente apreciadas, despontando no cenário nacional como símbolo de identidade maranhense. Essa configuração de marca de identidade local dada à festa é agenciada em propagandas que, há um tempo, circulam de forma distinta.

PODER, CULTURA E MÍDIA

Até aqui mostramos alguns acontecimentos que corroboraram para a mudanças de discursos sobre a festa do Bumba-meu-boi e nessas mudanças a mídia tem um papel importante, pois com o desenvolvimento de tecnologias midiáticas, manifestações mais tradicionais podem ser acessadas por intermédio de filmes, reportagens, imagens de toda natureza.

É importante refletirmos sobre as relações de poder presentes nesse movimento de posições que o Bumba-meu-boi ocupa no Maranhão e, nesse aspecto, vale entender tais relações em sua dimensão microfísica. Segundo Foucault (1987), o poder, no Estado moderno, deve ser avaliado não apenas do ponto de vista jurídico, repressivo, mas deve ser dimensionado a partir de um conjunto de técnicas e estratégias e de seus efeitos produtivos. O funcionamento do poder deve ser entendido como relação que se exerce por meio de estratégias, e seus efeitos não são imputáveis a uma apropriação, mas a manobras táticas e técnicas.

Em *A História da sexualidade I - A vontade de saber* (2001, p.89), Foucault reitera sua afirmação: “o poder não é uma instituição nem uma estrutura nem tampouco uma certa potência de que alguns estariam dotados: é o nome que se dá a uma situação estratégica complexa, numa dada sociedade”. Qualquer agrupamento humano estará sempre cerceado por relações de poder, uma vez que a existência desse



tipo de relação é inerente à vida social, além disso, para Foucault, uma sociedade sem relações de poder seria uma abstração, pois o poder é onipresente.

Para explicitar a mecânica do poder no Estado moderno, Foucault estabelece uma distinção entre “relações de poder”, “relações de comunicação”; “capacidades objetivas”, três tipos de relação que estão sempre imbricados uns aos outros. Existem determinados “blocos” onde a aplicação de capacidade técnica, o jogo das comunicações e as relações de poder estão acoplados, segundo fórmulas refletidas, constituindo o que o autor denominou de disciplina. Por meio das disciplinas, a partir do século XVII na Europa, tentou-se um ajuste cada vez mais controlado, racional e econômico entre as atividades produtivas, as redes de comunicação e o jogo das relações de poder, e nessa trama, somos constituídos em sujeitos. Dessa forma, o sujeito é constituído por um conjunto de práticas discursivas.

Em “Vigiar e Punir”, Foucault (1987) transporta-se do estudo das relações discursivas (Arqueologia) para a análise das relações entre o discurso e os demais fatores - sociais, econômicos, culturais etc - que produziam o indivíduo normalizado. Essas relações entre saber e poder fabricam os indivíduos a partir do século XVII (o saber jurídico, a medicalização etc). São práticas disciplinares derivadas da nova maneira de produzir riqueza no capitalismo nascente. Do princípio de que o sujeito é uma permanente construção, no interior da história, Foucault demonstra de que modo certas práticas jurídicas, como a inquirição e o exame, produziram novas formas de subjetividade, a exemplo das prisões, das práticas de exame, da internação e da correção. Conclui então que o capitalismo traçou uma série de estratégias de poder para ligar o indivíduo ao trabalho, para torná-lo força produtiva. “Trata-se de um poder micro-físico, que se espalha e se pulveriza na sociedade, por meio do qual todos vigiam, controlam, disciplinam todos (o *panopticon*)” (Araújo, 2000, p.113-114).

O corpo assume posição de destaque nessa sociedade que busca a produtividade a qualquer custo. Como objeto de consumo visto sob a ótica de cultos

higiênicos, dietéticos, de beleza, de práticas sacrificais, enfim, de práticas e técnicas de si, busca-se uma individualidade fragmentada no meio do controle social. As práticas de lazer, por exemplo, funcionam como um dispositivo de poder à medida que trabalham a corporeidade e a subjetivação para produção do bem-estar do indivíduo e, conseqüentemente, torná-lo mais produtivo.

A mídia é uma dessas instituições disciplinares que impõem práticas cotidianas, tais como a contínua informação pelas leituras; a moda que deve ser seguida, os filmes ou séries a que se deve assistir, ou mesmo os lugares que, dentro de um jogo de poderes, é preciso visitar. Em parceria com a mídia, uma indústria da cultura se fortalece.

Muitas vezes agindo como máquina de produção de sonhos, o capitalismo atua de maneira a homogeneizar a cultura. Nesse sentido, a publicidade irmana-se à indústria da cultura, valendo-se de táticas como o deslocamento de objetos de suas funções corriqueiras, incidindo efeitos de *glamour* a práticas originalmente espontâneas.

Conforme Guattari (1993, p.16), se de um lado, o capital ocupa-se da sujeição econômica, por outro lado, a cultura age sobre a sujeição subjetiva, pois a essência do lucro capitalista “não se reduz apenas ao campo da mais valia econômica, ela está também na tomada da subjetividade, no despertar de desejos de consumo”. O que se torna mais contundente pelo fato de a nossa sociedade ser muito mais simbólica do que material, permitindo a construção e a circulação de representações dominantes.

O homem é um viajante por natureza uma vez que suas necessidades e desejos estão, na maioria das vezes, fora de si mesmo. “Viajar é partir do conhecido ao desconhecido, de dentro para fora, do interior de si ao exterior do outro e assim propaga-se o consumo produtivo do espaço” (Rodrigues, 1997, p.27). Mas como chegar ao mundo dos sonhos do viajante? As campanhas publicitárias são o recurso mais

explorado nesse sentido. A publicidade capta esses sonhos e os converte em ação. Multiplicam-se estudos sobre a imagem turística. Os promotores do espaço turístico procuram captar essas imagens e vão ao seu encontro, promovendo um “espetáculo do espaço”. Esse espetáculo espacial é construído com base em memórias criadas historicamente sobre os lugares.

A publicidade não é apenas um convite à viagem, ela é também um espelho da verdade de uma época. Sempre um tecido de vozes ou citações cuja autoria está no campo das instituições, na sociedade contemporânea, o gênero propagandístico constitui uma estratégia de *marketing*, um dos mais eficazes dispositivos de movimentação do capitalismo, que tem entre suas funções a produção de subjetividade, um instrumento midiático de produção de desejos e de sujeitos. Gênero discursivo geralmente configurado em veículos de comunicação de massa, como rádio, televisão, redes sociais, a propaganda constitui um espaço em que podemos verificar a articulação entre língua, sociedade e história.

A propaganda é uma das molas-mestras do consumismo e, no campo social, atua como uma vitrine ou mostruário móvel. A sociedade, integrada pelo poder dos *mass-medias*, parece se tornar uma imensa tribo. Daí a necessidade de se explorarem as singularidades na atualidade. As propagandas turísticas, por exemplo, expõem aquilo que os lugares têm de mais singular para atrair os turistas, em muitas delas a natureza materializada em praias, parques ou serras é a grande atração; em outras, porém, o produto ofertado tem valor simbólico e está nos eventos festivos como o carnaval, os carnavais fora de época, os eventos religiosos ou festejos juninos. O principal objetivo desse gênero discursivo é comunicar as qualidades específicas e diferenciais de um lugar, trabalhando, assim, memórias coletivas (Halbwachs, 1990).

O trabalho da propaganda é também o de produzir verdades e desse modo, ao buscar vender um produto, ela opera evidências que precisam ser problematizadas. Se analisar os sentidos é observar a heterogeneidade dos discursos, nossa análise

ganha sentido à medida que avaliamos as posições-sujeito que habitam esses textos. O que eles revelam além da superfície do seu dizer? Em que medida os enunciados das propagandas sobre o espaço maranhense se relacionam com outros textos que compõem a memória coletiva nacional? Como esses textos funcionam dentro de uma rede de poderes? Ou ainda, conforme Foucault (1999), o que pode e o que deve ser dito dentro dessa ordem discursiva? São essas questões que de alguma forma buscamos responder.

Ao analisarmos algumas propagandas oficiais sobre a festa do Bumba-meu-boi produzidas pelo Governo do Estado, entre os anos 2001 e 2003, período em que cursávamos nosso doutorado, observamos que elas se configuravam como nós de uma rede de regras de enunciação, que chamamos de formação discursiva (Foucault, 2008)

A propaganda turística oficial do Estado do Maranhão, veiculada pela Revista Veja, de 25 de abril de 2001, promove o espaço físico e político do Maranhão, enfatizando a tradição de suas práticas festivas, como um traço da identidade do Estado, porém a discursividade que emprega passa pela articulação de outros discursos.

Figura 1: Propaganda 2001



Fonte: Veja 25/04/2001, Edição 1697, ano 34, p.58.

Tomaremos como ponto de partida da análise o texto verbal, que será avaliado seguindo o conceito de enunciado (Foucault, 2008) como:

(...) um acontecimento estranho, por certo: inicialmente porque está ligado, de um lado, a um gesto de escrita ou à articulação de uma palavra, mas, por outro lado, abre para si mesmo uma existência remanescente no campo de uma memória, ou na materialidade dos manuscritos, dos livros e de qualquer forma de registro; em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequências por ele ocasionadas, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precedem e o seguem. (Foucault, 2008, p.30-31).

Foucault (2010) também explica que o enunciado precisa de um sujeito para que faça sentido:

Se uma proposição, uma frase, um conjunto de signos podem ser considerados "enunciados", não é porque houve, um dia, alguém para proferi-los ou para depositar, em algum lugar, seu traço provisório; mas sim na medida em que pode ser assinalada a posição do sujeito. Descrever uma formulação enquanto enunciado não consiste em analisar as relações entre o autor e o que ele disse (ou quis dizer, ou disse sem querer), mas em determinar qual é a posição que pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito. (Foucault, 2008, 108).

Sendo assim, na análise da propaganda, cabe-nos discutir quais posições o sujeito do enunciado ocupa ao discorrer sobre o Bumba-meu-boi no espaço maranhense.

Bois de matraca, zabumba, orquestra, numa sinfonia única de alegria e paixão. Os sons envolventes do tambor de crioula, Cacuriá e tantas outras surpresas que só a união das culturas holandesa, portuguesa, francesa e indígena e africana pode produzir. Venha brincar nas centenárias ruas de São Luís do Maranhão. Venha sentir de verdade o que é o São João do Brasil.

De forma pontual, ao lermos no enunciado que os grupo de bois se encontram "(...) numa sinfonia única de alegria e paixão" identificamos uma vontade de verdade (Foucault, 1999) na propaganda de traduzir ao leitor a emoção de acompanhar a festa do Bumba-meu-boi no texto. Outro ponto a considerar é o apelo a memórias sobre a formação do povo brasileiro (Ribeiro, 1995) construídas segundo a

afirmação de que a formação do Brasil é o resultado de uma complexa interação entre indígenas, africanos e europeus, o que gerou uma cultura multifacetada. Essa narrativa trazida pela propaganda recupera, de um lado, uma memória que se cristalizou a partir do discurso de uma nação mestiça, de um país privilegiado para a convivência multicultural (Freyre, 2001); e de outro, ao apontar que houve “união das culturas holandesa, portuguesa, francesa, indígena e africana”, esconde as desigualdades e lutas travadas entre esses povos.

Esse mesmo enunciado, ao remeter o leitor a uma narrativa a respeito do Brasil como país de convivência harmônica entre as distintas culturas que o habitam, opera apagamentos dos conflitos étnicos e culturais entre esses povos, presentes desde o período da colonização, no estado maranhense. Exemplo dessa discussão é o texto “O homem cordial”, em que Holanda (1995) afirma que o brasileiro, em geral, apesar de ser amistoso e acolhedor nas interações cotidianas, vive em uma sociedade marcada por profundas contradições sociais e raciais. Isso reflete a convivência de diferentes culturas de uma maneira que, ao mesmo tempo, valoriza a hospitalidade e a convivência pacífica, mas também mantém um sistema de exclusão social e segregação.

Também convém analisar, nesse segundo período, a ordem sintática e seus efeitos discursivos na seguinte passagem. Vejamos: “(...) surpresas que só a união das culturas holandesa, portuguesa, francesa e indígena e africana pode produzir”. Nessa ordem sintagmática, o sujeito sugere que o lugar em que negros e indígenas aparecem na história brasileira sempre foi secundário, assim como aparecem na cadeia sintagmática apontada. É preciso destacar, ainda, nessa passagem, o ocultamento dos grupos formadores dos povos africanos e indígenas, pois, ao mencionar os europeus, a propaganda informa com propriedade que são eles - holandeses, portugueses e franceses. Esses dois pontos do parágrafo mostram-nos que o enunciado possui densidades históricas, políticas, institucionais e assim está ligado a outros enunciados.

Nessa linha, uma leitura possível é, portanto, a de que o Brasil não reconhece, ou valoriza, adequadamente a história de povos indígenas e africanos. Desse modo, se de um lado, o sujeito atenua a memória dos conflitos e a história de exclusão que formou o espaço maranhense, por outro lado, ele deixa fugir, pelas frestas, os sentidos de lutas e confrontos entre essas etnias, formando pela circulação desse discurso uma subjetividade para o povo maranhense.

No nível não-verbal, em cenas localizadas na zona superior direita do texto, o sujeito exibe a diversidade étnica do estado usando imagens de um homem com traços indígenas, e outro, de pele negra, tocando um tambor, instrumento musical usado pelos grupos de Bumba-meu-boi. Sendo a propaganda uma “vontade de verdade” (Foucault, 1999) do mercado, seu “sistema de enunciabilidade” (Foucault, 2008) interdita contradições e desigualdades sociais, fazendo, dessa maneira, história para turista ver. Além disso, esse dispositivo institucional do governo do estado, por meio da movimentação de memórias, disciplina o olhar do turista para um espaço segundo a sua vontade de verdade.

A exclusão e extermínio de alguns povos no Brasil, como uma de nossas marcas históricas (Ribeiro, 1995), traz para a cena propagandística a ruptura com o discurso de uma “democracia racial” (Freyre, 2001), cuja lógica consiste em apagar as vozes de revolta entre os povos formadores de nossa etnia, em um movimento que, paralelamente, formula uma outra memória.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, discutimos aspectos que levaram à emergência da festa no Brasil; refletimos sobre alguns movimentos de sentidos que mudaram a posição que a festa ocupava na capital maranhense, e analisamos uma propaganda oficial do governo maranhense, pontuando as relações de poder que a indústria cultural exerce



na manifestação. A análise da propaganda mostra que o sujeito enuncia de um lugar mercadológico, que busca persuadir o leitor a partir de do discurso da formação harmônica do povo brasileiro, apagando contradições da nossa história. Isso porque a propaganda tem um sistema de enunciabilidade muito específico, que busca sempre vender o lado positivo de um produto. O estudo, portanto, aponta que a indústria do turismo apaga contrassensos da história para transformar a festa em produto para consumo.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, I, L. **Foucault e a crítica do sujeito**. Curitiba: Editora da UFPR, 2000.

BAKHTIN, M. **A cultura Popular na Idade Média e no Renascimento**: O contexto de François Rabelais. São Paulo: HUCITEC, 1987.

CARVALHO, M. M. P. **Matracas que desafiam o tempo**: é o Bumba-boi do Maranhão. Um estudo da tradição modernidade na cultura popular. São Luís: EDUFMA, 1995.

CASCUDO, L. C. **Literatura Oral no Brasil**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: José Olympio/INL, 1978.

CRUZ, M. S. **O discurso pela f(e)sta**: espaço e produção de indentidades. 218f. (Tese de Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa). Faculdade de Ciências e Letras de Unesp-. Araraquara: São Paulo, 2005.

FERNANDES, Natalia Ap. Morato. A política cultural à época da ditadura militar. **Contemporânea**. V. 3, nº1. Jan.-Jun. 2013.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Tradução de Luis Felipe Baeta Neves. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FOUCAULT, M. **A ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade do Discurso (I)**: a vontade de saber. Tradução de Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhaon Albuquerque. Rio de janeiro: Graal, 2001.



FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: história da violência nas prisões. Tradução de Raquel Ramalhe. Petrópolis (RJ): Vozes, 1987.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

GUATTARI, F. Espaço e corporeidade. In: GUATTARI, F. **Caosmose**: um novo paradigma estético. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

HOLANDA, S. B. **Raízes do Brasil**. 26ª. ed. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1995.

HALBWACHS, M. *A Memória coletiva*. Trad. de Laurent Léon Schaffter. São Paulo, Vértice/Revista dos Tribunais, 1990.

LONDRES, M. J. Literatura popular. In: PIZARRO, Ana (Org.). **América Latina**: Palavra, literatura e Cultura. Vol.2: Emancipação do Discurso, São Paulo: memorial; Campinas: UNICAMP, 1994.

MARQUES, E. **Mídia e experiência estética na cultura popular**: o caso do Bumba-meu-boi. São Luís: Imprensa universitária, 1999.

PRADO, R. P.S. **Todo ano tem**: as festas na estrutura social camponesa. Rio de Janeiro: Museu Nacional, 1977. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós Graduação em Antropologia Social. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. Mimeo.

RIBEIRO, D. **O povo Brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

REIS, J. R. S. **Bumba-meu-boi**: o maior espetáculo popular do Maranhão. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 1980.

RODRIGUES, A. B. **Turismo e espaço**: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: Hucitec, 1997.

SAVIOTTI, G. **Filosofia do teatro**: tendências estéticas e gosto representativo das origens à formação do drama moderno. Lisboa: Ed. Inquérito, 1945.

VEJA. São Paulo: Abril, 25 de abril de 2001 - Edição 1697; Ano 34; p.58

WARNIER, J.P. **A mundialização da cultura**. Bauru (SP): Edusc, 2000.

