

Identidade e Representação: Uma leitura do São João do Maranhão através da Hermenêutica de Profundidade.¹

Francinete Louseiro de ALMEIDA²
Pontifícia Universidade Católica – PUC/RS

Resumo

O artigo foca, principalmente, as formas como os processos comunicacionais / midiáticos retratam e constroem um povo e suas significações. Visa, ainda, estudar os processos de representação e identidade do maranhense que são construídos nas estratégias de divulgação do São João do Maranhão. O objeto estudado é um vídeo promocional sobre o São João do Maranhão. Assim, elabora - se uma análise sócio - histórica do vídeo, propondo, em seguida, a fundamentação teórica a partir de categorias, a priori, pré- estabelecidas: ESTEREÓTIPO, CULTURA, PODER, REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE Finalmente, faz a interpretação/reinterpretação do vídeo, onde surge mais uma categoria, a posteriori, o IMAGINÁRIO. Na elaboração do ensaio, utiliza, como método de pesquisa, a Hermenêutica de Profundidade.

Palavras-chave: Comunicação Social; Identidade; Representação; São João do Maranhão

Justificativa

Ao se pensar em um projeto de pesquisa, o pesquisador tem a tarefa de problematizar o assunto que será analisado. Na tentativa de estudar as estratégias de Comunicação, utilizadas em grandes eventos e, em particular, no evento São João do Maranhão, coloca - se como problema, a necessidade de reflexão e aprimoramento do profissional de Comunicação, em especial aqueles que trabalham com a comunicação estratégica organizacional, no tocante a pensar um evento regional como fonte inesgotável de mediação entre o poder público e a comunidade.

Nessa reflexão, deve-se tentar entender e conhecer o objeto que será analisado na pesquisa e, para isso, será necessário um levantamento de como a festa é pensada, planejada e organizada. Sabemos que o evento em si, já comunica, porém, como estamos no campo da comunicação, é importante perceber como são produzidas as estratégias de comunicação

¹ Trabalho apresentado no GP Folkcomunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós – Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica /RS

deste evento, que apresenta e divulga um povo e uma cultura, e como está sendo pensada a aproximação com este momento.

Pensando nessa questão, e considerando o objeto de estudo, a proposta deste artigo é fazer um recorte e analisar uma peça publicitária de divulgação do São João do Maranhão. Esta primeira análise utilizará como método a Hermenêutica de Profundidade e a Semiológica em Barthes, como a análise formal discursiva. A metodologia escolhida se baseia principalmente no fato do objeto de estudo deste artigo ser um vídeo. Isso nos traz a possibilidade de considerar sons, imagens e movimentos da festa e nos aproxima da realidade vivida pelos participantes, levando em conta que o objetivo, no artigo, é entender as representações e a identidade de um povo através de sua cultura.

Fundamentação Teórica

Para que o trabalho seja compreendido melhor, foram consideradas cinco categorias a priori que serão analisadas – ESTEREÓTIPO, CULTURA e PODER em Barthes (1975, 1984, 1996, 2010); REPRESENTAÇÃO em Moscovici (2012) e IDENTIDADE em Hall (2001). E para o estudo das formas simbólicas – texto e imagens – será analisado o vídeo de lançamento do São João do Maranhão.

Uma das primeiras categorias a priori deste artigo é o ESTEREÓTIPO. Esta categoria se torna fundamental neste estudo pelo fato de que se está trabalhando com um produto da Comunicação e, consequentemente, com a linguagem desse produto. A linguagem estereotipada é muito utilizada nas produções em comunicação. No habitual, diríamos que ESTEREÓTIPO é aquilo que não é original e que segue um modelo, porém, nossa categoria se baseia em Barthes e, para este autor, ESTEREÓTIPO “é a palavra repetida, fora de toda magia, de todo entusiasmo, como se fosse natural, como se por milagre essa palavra que retorna fosse a cada vez adequada por razões diferentes, como se imitar pudesse deixar de ser sentido como uma imitação...” (BARTHES, 2010, p. 52)

Fazendo um paralelo do que se entende por ESTEREÓTIPO, em relação ao que diz Barthes, comprehende-se uma semelhança no conceito. No entanto, essa linguagem estereotipada que coloca o autor, segue um modelo que não é uma imitação, na sua repetição; essa linguagem ganha status de verdade por se adequar na sua utilização.

“ Ora, a linguagem encrática (aquela que se produz e se espalha sob a proteção do poder) é estatutariamente uma linguagem de repetição; todas as instituições oficiais de linguagem são máquinas repisadoras: a escola, o esporte, a publicidade, a obra de massa, a canção, a informação, redizem

sempre a mesma estrutura, o mesmo sentido, amiúde as mesmas palavras: o estereótipo é um fato político, a figura principal da ideologia. (BARTHES, 2010, p. 50)

É esta a linguagem que será estudada na análise do vídeo. Uma linguagem estereotipada com repetições e que apresenta sempre a mesma estrutura por ser institucional. É uma linguagem da publicidade que quer reforçar um convite, um chamamento e se torna um fato político. Essa linguagem, bem marcada e “encrática”, quer reafirmar a preservação de uma festa popular e, com isso, enfatizar uma cultura. Daí, parte-se, então, para a outra categoria de análise desse ensaio, que é a CULTURA.

Analizando CULTURA a partir de Barthes, pode-se afirmar que “a cultura não é apenas aquilo que se repete, é também e, sobretudo, aquilo que se mantém no lugar, como um cadáver indeteriorável: é um brinquedo estranho que a História nunca parte.” (BARTHES, 1984, p. 87). A partir desse conceito e fazendo a leitura da festa popular que será estudada, não se há de entender a CULTURA somente como repetição, ou seja, não se há de entender todas as manifestações populares que se apresentam na festa como simples repetição de anos e momentos anteriores. Entende-se que, cada festa e cada evento popular, mesmo acontecendo todos os anos, criam o sentimento de pertencimento, que leva a entender que se pertence àquele lugar, mantendo viva, ali, a relação de existência.

Porém a CULTURA, e aqui se pode considerar em um dos seus aspectos, nesse caso, o da linguagem, também apresenta variações e interpretações. No caso específico do artigo, pode-se perceber que o objeto analisado possui a linguagem própria de uma CULTURA

“é então que a divisão das linguagens culturais atinge o seu auge. Passa-se um simples serão diante do nosso aparelho de televisão (para nos limitarmos às formas mais comuns da cultura); receberemos, apesar dos esforços de nivelamento geral empreendidos pelos realizadores, várias linguagens diferentes, que é impossível responderem todas, não apenas ao nosso desejo (emprego essa palavra no sentido forte), mas mesmo à nossa intelecção: há sempre na cultura uma porção de linguagem que o outro (e portanto eu) não comprehende; o meu vizinho acha aborrecido esse conceito de Brahms e eu acho vulgar aquele número de variedades, imbecil aquele folhetim sentimental; o aborrecimento, a vulgaridade, a estupidez são os nomes diversos da secessão das linguagens.” (BARTHES, 1984, p. 88)

Dentro desse sistema geral de símbolos que Barthes chama de CULTURA, é possível que exista uma Comunicação no momento em que se está no mesmo campo

simbólico “A cultura aparece-nos cada vez mais como um sistema geral de símbolos, regido pelas mesmas operações: há uma unidade do campo simbólico, e a cultura, sob todos os seus aspectos, é uma língua” (BARTHES, 1984, p. 20). É esta língua que aproxima; que valoriza e que cria os vínculos no momento da identificação. Não haveria esse reconhecimento se não fosse por/e através da língua. “Assim, segundo parece, aquilo que cada classe social procura não é a posse da cultura (quer se procure conservá-la, quer se deseje obtê-la), pois a cultura está aí, em toda a parte e para toda a gente; é a unidade das linguagens, a coincidência da palavra e da escuta.” (BARTHES, 1984, p. 88).

A partir do dito por Barthes, aproxima-se agora da outra categoria que será analisada, o PODER, pois “o poder (a libido dominandi) aí está, emboscado em todo e qualquer discurso, mesmo quando este parte de um lugar fora do poder” (BARTEHS, 1996, p.10). O PODER perpassa todas as esferas da dinâmica social; não está apenas nos lugares públicos e formais das disputas, mas perpassa todas as instâncias sociais; mesmo naqueles lugares onde ele não se impõe no primeiro momento, pode ser entendido. No vídeo analisado neste artigo, percebe-se a presença desta categoria nas imagens apresentadas, na forma como as imagens são colocadas e até mesmo na música e nos sons.

O poder está presente nos mais finos mecanismos do intercâmbio social: não somente no Estado, nas classes, nos grupos, mas ainda nas modas, nas opiniões correntes, nos espetáculos, nos jogos, nos esportes, nas informações, nas relações familiares e privadas, e até mesmo nos impulsos liberadores que tentam contestá-lo...(BARTHES, 1996, p. 11)

Na citação de Barthes, como se pode observar, o PODER está em todos os lugares, inclusive nos espetáculos. Este artigo estuda, portanto, um espetáculo que representa um povo, e, por isso, estuda, também, a categoria REPRESENTAÇÃO. São essas REPRESENTAÇÕES que criam os fatos e acontecimentos e estabelecem o movimento entre o mundo e as coisas. É importante ressaltar que a REPRESENTAÇÃO é sempre um processo por meio do qual a realidade é construída, sendo que esta não é cópia do real, tampouco cópia do ideal. Provém da relação que se estabelece entre o mundo das coisas e o mundo das subjetividades, de modo a constituir, nesse entremeio, a realidade. Moscovici afirma:

As representações sociais devem ser vistas como uma maneira específica de compreender e comunicar o que nós já sabemos. Elas ocupam, com efeito, uma posição curiosa, em algum ponto entre conceitos, que têm como seu objetivo abstrair sentido do mundo e introduzir nele ordem e

percepções, que reproduzam o mundo de uma forma significativa. (MOSCOVICI, 2012, p. 46)

Concluindo as categorias que serão analisadas no ensaio e partindo do entendimento sobre a questão da REPRESENTAÇÃO enquanto um processo de significação, parte-se agora para a compreensão da IDENTIDADE. O conceito que se traz neste artigo sobre IDENTIDADE parte da noção do sujeito sociológico apresentado por Hall (2001, p. 11): “[...] o sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado na relação com ‘outras pessoas importantes para ele’, que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura - dos mundos que ele/ela habitava”. Ou seja, a interação entre o pessoal, o “eu”, e o público, “a sociedade” é que formam as identidades culturais como a conhecemos e se constrói a realidade do mundo onde vivemos. Ressalta-se que não estamos lidando com a realidade *in natura*, mas estamos diante de uma realidade construída. Isto é, a realidade vivida pelos seres humanos é uma construção.

Opções Metodológicas

De acordo com Minayo (1998, p. 22) “entendemos por metodologia o caminho e o instrumental próprios de abordagem da realidade”. Nesse sentido, será apresentado aqui o caminho percorrido para a análise proposta neste artigo. É importante ressaltar, ainda, que na visão dessa autora, o objeto das Ciências Sociais é sempre qualitativo.

A rigor qualquer investigação social deveria contemplar uma característica básica de seu objeto: o aspecto qualitativo. Isso implica considerar sujeito de estudo: gente, em determinada condição social, pertencente a determinado grupo social ou classe com suas crenças, valores e significados. Implica também considerar que o objeto das ciências sociais é complexo, contraditório, inacabado, e em permanente transformação. (MINAYO, 1998, pág. 22)

As pesquisas sociais no geral trabalham com a realidade. Os objetos da pesquisa social fazem parte da realidade social construída. A opção pela escolha da pesquisa qualitativa se justifica pelo fato do objeto de estudo deste artigo, também ser um objeto desta realidade, e, como diz a autora, são pessoas que fazem parte de uma determinada condição social e também de um grupo social, com suas crenças e valores. Há de se considerar, também, que o objeto das ciências sociais é complexo e apresenta contradições. Por isso, cabe a pesquisa qualitativa para este estudo.

Como método, a escolha foi pela Hermenêutica de Profundidade por entender que este método é capaz de compreender as formas e produções simbólicas dentro da comunicação de massa.

Por conseguinte, o enfoque da HP deve se basear, o quanto possível, sobre uma elucidação das maneiras como as formas simbólicas são interpretadas e compreendidas pelas pessoas que as produzem e as recebem no decurso de suas vidas quotidianas, este momento etnográfico é um estágio preliminar indisponível ao enfoque da HP (THOMPSON, 1995, pág. 363)

A proposta deste artigo é a compreensão e o estudo de formas simbólicas que compõem a cultura de um povo. A utilização da HP poderá fornecer os subsídios necessários para a análise, pois ela propõe o estudo da contextualização das formas simbólicas e a interpretação da mesma. Assim, este estudo é dividido em três momentos necessários e que estarão descritos neste artigo: A análise sócio-histórica; a análise formal discursiva e a interpretação/reinterpretação.

Como análise formal discursiva, optou-se pela utilização da Semiologia em Barthes, em virtude do fato de que o objeto de estudo analisado são sons, imagens e gestos, que formam um discurso.

Ora, a semiologia, no que me concerne, partiu de um movimento propriamente passional: pareceu-me (por volta de 1954) que uma ciência dos signos podia ativar a crítica social, e que Sartre, Brecht e Saussure podiam juntar-se nesse projeto; tratava-se, em suma, de compreender (ou de descrever) como uma sociedade produz estereótipos, isto é, cúmulos de artifício, que ela consome em seguida como sentidos inatos; isto é, cúmulos de natureza. A semiologia (minha semiologia, pelo menos) nasceu de uma intolerância para com essa mistura de má fé e de boa consciência que caracteriza a moralidade geral, e que Brecht chamou, atacando-a de Grande Uso. A língua trabalhada pelo poder: tal foi o objeto dessa primeira semiologia (BARTHES, 1996, pág. 33)

Ainda na opção metodológica, colocam-se as questões que darão o norteamento para essa pesquisa: de que maneira os estereótipos, através das adjetivações na linguagem utilizada no vídeo sobre o São João do Maranhão causam um efeito de emoção? De que forma é compreendida, enquanto cultura, a linguagem utilizada neste vídeo, sob a perspectiva de um campo simbólico? Como as imagens da festa têm o poder de aguçar os sentidos e despertar o prazer em participar da mesma? De que maneira as representações feitas do folclore através das imagens, constroem uma realidade do que seja realmente o evento e da importância que o mesmo tem para as pessoas que constituem aquele momento? E como a identidade do cidadão maranhense pode ser construída numa relação entre o sujeito e os valores, sentidos e símbolos que estão retratados no vídeo?

Análise

Descrição do vídeo

O vídeo analisado é uma peça publicitária sobre o lançamento das festividades do São João do Maranhão e foi produzido pela empresa Phocus Propaganda e Marketing que, apesar de não ser uma empresa maranhense, já atua no mercado desde o ano de 1973 e tem como referencial ter sido a primeira empresa a atuar profissionalmente no mercado publicitário maranhense. Num período de 1 minuto, o público é convidado a conhecer e participar da festa junina, e, para isso, todo um cenário do que é essa comemoração é apresentado. Todas as imagens acontecem em ruas e praças do centro histórico, local onde no período junino existe uma espécie de efervescência da festa. A seguir tentaremos descrever o que se passa na peça.

A sequência apresentada começa com a batida de um pandeirão, imitando o compasso de um coração (áudio). A primeira imagem que aparece é da mão de uma pessoa, bordando uma fantasia. O vento bate nas fitas da fantasia que está sendo bordada, e daí, no fundo, aparece uma mulher bordando e, em seguida, um homem, que é um brincante, coloca um chapéu enfeitado com miçangas e canutilhos (que fazem o balançar da borda do chapéu).

Entra a narração: “- Em junho um sentimento bate forte no peito da gente” (continua o som do pandeirão, imitando o pulsar do coração ainda existe). A imagem agora é de uma mulher pintada como índia e colocando o seu cordão. Volta a narração: “- é uma mistura que não dá para explicar”; a imagem nesse momento é de um homem (brincante) colocando uma máscara de Cazumbá.

Diversos tipos de máscaras são usadas na cultura popular maranhense. Entre elas se destaca a do Cazumba, um dos personagens presentes no bumba-meu-boi que se caracteriza pelo uso de máscara com formas variadas e por vestimenta especial também chamada de bata.) MATOS & FERRETI, 2009, pág. 161)



Cazumbá

O Cazumbá é um personagem que se encontra num misto entre o animal e o humano, e dá margem a várias interpretações, entre elas, a de que possa ser um espírito protetor da floresta. Após a imagem do Cazumbá, volta o narrador: “-som e emoções, cores e sabores”, e aparece um outro homem ajeitando o seu bracelete da fantasia de índio; logo após surge a fogueira que esquenta os pandeirões e um tocador agachado ao redor desta fogueira.

Volta a narração: “- em cada canto o Maranhão traz encantos”; agora a imagem é de mulheres do tambor de crioula andando numa rua de pedra à noite.

O Tambor de Crioula é uma festa que visa à diversão dos participantes por meio da dança, da percussão e do canto, sendo uma criação efetivada pelos descendentes dos negros escravos no Maranhão. Possui elementos que são encontrados em outras manifestações culturais afro-brasileiras, como o uso dos tambores e dos cantos, ambos demonstrando caráter repetitivo e circular. (FARAH, 2005, pág. 86)



Brincantes do Tambor de Crioula

Voltando ao vídeo, a câmera filma de baixo para cima, na intenção de mostrar a caminhada, onde elas estão descalças caracterizando que irão se apresentar. Em seguida um miolo do boi (brincante que se apresenta em baixo do couro do boi- nome dado ao artefato que representa o boi) aparece colocando o objeto sobre seus ombros.

Entra mais uma vez a narração: “- depois de 01 ano inteiro de festas”; aparece agora o movimento leve de um bumba boi e aparecem as costas de uma índia que sai por detrás de uma parede, entra num arraial e começa a dançar. Neste momento a música fica mais animada, e aparece outra brincante de outra brincadeira. Aparecem homens sentados nas calçadas tocando uns tambores e em seguida volta a narração: “ - as casas, as ruas e as praças viram arraias”; aparece então uma imagem de cima mostrando o arraial, com pessoas dançando e as atrações (brincadeiras) se apresentando.



India do Boizinho Barrica e Praça da Igreja do Desterro – Centro Histórico

Tem-se agora uma tomada de frente. A narração continua: “- o bumba meu boi e seus sotaques, o cacuriá, o tambor de crioula, as comidas típicas, tudo faz a festa popular mais bonita do Brasil”; à medida que ele vai narrando, essas brincadeiras vão aparecendo, assim como as comidas típicas. Logo em seguida aparecem brincantes de diversas atrações. Daí o narrador encerra: “ tudo está preparado. O São João do Maranhão, bumba meu coração – Governo do Estado do Maranhão”; aparece a logomarca do governo.



Cacuriá de dona Teté e comidas típicas

Vale lembrar que no momento em que a música acelera, é tocada em versão instrumental (mas em ritmo do São João), a música chamada “Mimoso”, canção de um cantor de músicas populares do Maranhão, chamado Papete. Esta música é muito conhecida pelos maranhenses, e foi inclusive regravada pela cantora Alcione.

Análise sócio - histórica

O vídeo analisado é do lançamento do São João do Maranhão de 2011. O estado do Maranhão encontra-se na região nordeste e está cercado pelos estados do Piauí, Tocantins e Pará, além do oceano atlântico. É o segundo maior estado do Nordeste e o oitavo do Brasil; sua capital é São Luís do Maranhão, a cidade mais populosa. Sendo um dos estados mais miscigenados do país, o Maranhão possui uma cultura com influências diversas, seja nas danças, nas festas, nos costumes e na culinária. Por esse motivo, a festa do São João é repleta de variedades, o que a torna mais peculiar ainda. As diversas influências pontuam ritmos, cores, danças e sabores diferentes que se somam num único festejo, que no Brasil todo é conhecido como festa junina.

Muitos autores divergem sobre a linhagem das festas juninas; alguns afirmam que sua origem é datada do século XVII na região da França. No entanto essas festas foram trazidas ao Brasil pela corte Portuguesa e tinham um caráter mais devocional. Ao chegarem em terras brasileiras, as festas ganharam novos símbolos e passaram por todo um processo de aclimatização, incorporando elementos da cultura local.

No Nordeste essas festas giram em torno das datas comemorativas de 03 santos da igreja católica – Santo Antônio, São João e São Pedro. No Maranhão ainda se comemora o São Marçal, que encerra as festividades. Durante todo o mês de junho as comunidades se reúnem em arraias, que são os espaços onde a festa acontece, onde as brincadeiras se apresentam e onde se podem experimentar as diversas comidas típicas da região. Fato marcante ainda no mês de junho são as promessas que antecedem os dias dos Santos. Por se tratar de uma festa religiosa, há sempre o pagamento de promessas por graças recebidas, e ainda, as famosas simpatias que são dedicadas aos santos, principalmente a Santo Antônio, por ser conhecido como o “casamenteiro”

O São João no Nordeste pode ser considerado como um fato social. Para Durkheim, fato social (1974, p. 31) são “as maneiras de agir, de pensar e de sentir exteriores ao indivíduo, dotadas de um poder de coerção em virtude do que se lhe impõem”. Além disso, é importante entender as festas como mediações entre as culturas. A festa funciona como um veículo de comunicação onde culturas diferentes são capazes de se conhecer através dos símbolos e da própria linguagem que a festa tem, como afirma (AMARAL, 1998, p. 50-51) “... a festa não só é um fenômeno social, como constitui, simultaneamente, um fundamento de comunicação, uma das expressões mais completas e ‘perfeitas’ das utopias humanas, de igualdade, liberdade e fraternidade” A festa também é uma forma de linguagem.

Especificamente esta festa no Maranhão é marcada pelo envolvimento das comunidades, que festejam durante todo o mês de junho, mas que se reúnem o ano todo para a confecção dos figurinos, dos adereços, nos ensaios dos grupos e na montagem final do espaço, que são os arraiás. Existe o patrocínio do poder público em relação à festa, que, como apresenta o vídeo que será estudado, investe na valorização e divulgação da mesma. Mas o ponto marcante, que podemos ressaltar ainda na festa do São João do Maranhão, é a manifestação da identidade de um povo através de sua cultura.

Análise formal discursiva

Aplicando a análise no vídeo de lançamento do São João do Maranhão, pode-se observar que a categoria dos ESTEREÓTIPOS se caracteriza pela repetição dos sentidos e

em sempre dizer que a festa envolve e emociona as pessoas. Os adjetivos utilizados no texto do narrador – “...sons e emoções, cores e sabores. O Maranhão em cada canto traz encantos” demonstra bem o que Barthes coloca quando afirma que o ESTEREÓTIPO se caracteriza “ num oportunismo da linguagem, como uma via natural da verdade” (BARTHES, 2010, p. 57).

Outro ponto importante é a metalinguagem que se traz no jogo de imagens, sons, caracterizações e palavras repetidas, onde se demarcam bem os ESTEREÓTIPOS.

“ ... o estereótipo é, no fundo, um oportunismo: conformamo-nos à linguagem reinante ou, antes, àquilo que, na linguagem, parece reger (uma situação, um direito, um combate, uma instituição, um movimento, uma ciência, uma teoria, etc.); falar por estereótipos é situarmo-nos do lado da força da linguagem; esse oportunismo deve ser recusado (BARTHES, 1984, p. 270)

Esse oportunismo da linguagem é enfatizado na metalinguagem percebida nas imagens do vídeo. Na linguagem verbal produzida e utilizada na narração percebe-se o ESTEREÓTIPO, porém ele não se encontra somente nessa linguagem. Em todas as cenas, nas cores, nas luzes, nos ritmos o ESTEREÓTIPO é assinalado. É justamente isso que nos coloca Barthes, na citação acima; existe uma força na linguagem. Essa força não está somente na linguagem verbal, deve ser compreendida em todas as formas simbólicas que comunicam o momento do vídeo, o momento da festa. O vídeo se apropria da onomatopeia, quando no início o som de um pandeirão imita as batidas de um coração. Aqui se renova o que foi dito antes sobre o ESTEREÓTIPO e reafirma-se o emprego dessa categoria na análise de um produto da comunicação.

Analizando-se a CULTURA, compreende-se mais ainda o que Barthes coloca quando fala sobre essa categoria. Na afirmação do autor, a CULTURA é aquilo que se mantém no lugar, e isso pode ser compreendido na peça analisada. A primeira imagem que o vídeo nos apresenta é de uma bordadeira, uma mulher, sentada bordando uma fantasia. O fato de ela estar sentada no seu trabalho e se apresentar bem sorridente, quer nos mostrar que aquele é seu ofício e o prazer que ela tem em desempenhá-lo. Daí entra a narração, falando que “em junho um sentimento bate mais forte no peito da gente”; já nesse início se identifica essa raiz que é a CULTURA. No vídeo ela está traduzida através da festa popular e de manifestações folclóricas, mas representa bem a ideia dessa vinculação com um determinado povo e com uma determinada linguagem.

Como estamos analisando formas simbólicas e já respondendo a questão sobre essa categoria, fica evidente que a linguagem utilizada no vídeo é compreendida de uma maneira

comum dentro de um mesmo universo simbólico. E não se trata apenas de compreender isso nas palavras utilizadas, pois quando ele fala que “depois de um ano inteiro de preparação, um mês inteiro de festa”, para um mero espectador do vídeo pode até haver um entendimento de preparação mesmo. Mas para quem transita nesse mesmo universo simbólico, sabe e entende que foram meses de convivência, de lutas, de trocas, de compartilhamento. Essas apreensões só se tornam possíveis para aqueles que participam de um mesmo universo simbólico e partilham a mesma CULTURA.

Barthes relaciona o PODER com a “libido dominandi”. Essa correlação é uma adaptação aos textos freudianos. A libido não seria apenas a sexualidade do ser humano, mas também a energia prazerosa que é capaz de provocar as motivações.

O poder, relacionado com o sujeito psicanalítico, não depende de uma dimensão política, depende da condição humana, e se faz pela apropriação da linguagem, reproduzida pela língua. A sua dominação não é mecânica, nem automática. Ocorre devido ao seu sentido prazeroso. Os dominadores e os dominados encontram-se associados, por uma aliança comum: o prazer. Eis a sua conotação dialética. (RAMOS, 2008, pág. 165)

É nesse aspecto que vemos o PODER no vídeo analisado. As imagens e os sons levam os expectadores a um “prazer” capaz de suscitar a motivação em participar da festa. O prazer que o vídeo provoca envolve os expectadores e os leva a ação de participar das festas dessa cultura popular. A partir da reflexão que nos traz essa categoria, pode-se apresentar para esse artigo, uma categoria a posteriori que seria o IMAGINÁRIO. Para pensar essa categoria, utilizo o teórico Mafesoli

O imaginário tem, além disso, algo de imponderável. É o estado de espírito que caracteriza um povo. Não se trata de algo simplesmente racional, sociológico ou psicológico, pois carrega também algo de imponderável, um certo mistério da criação ou da transfiguração. (MAFESOLI, 2001, p. 75)

É por causa desse estado de espírito que as pessoas são levadas a participar dos festejos que marcam as comemorações juninas no nordeste, e em especial aqui neste artigo, as do Maranhão, como evoca o vídeo. Mafesoli afirma que “O imaginário seria uma ficção, algo sem consistência ou realidade”.(2001, p.75). Ele também coloca que o IMAGINÁRIO não é apenas cultura, mas que possui partes de uma cultura.

Para finalizar essa análise formal discursiva, faremos um contraponto das duas últimas categorias, a REPRESENTAÇÃO e a IDENTIDADE. As REPRESENTAÇÕES criam os fatos e os acontecimentos, constroem a realidade e são responsáveis pelo movimento entre o mundo e as coisas. Já a IDENTIDADE é a responsável pela interação

entre o homem e a sociedade. E nessa interação que se formam as **IDENTIDADES**. Fazendo um comparativo com o vídeo analisado, pode-se dizer que os fatos e acontecimentos narrados no vídeo, sejam através da narração do locutor ou mesmo do jogo de imagens e sons, são as representações de uma cultura que identifica um povo, o maranhense. E nesse ponto, entra-se na questão da identidade, pois ela é responsável por mediar os valores, sentidos e símbolos, ou seja, a cultura de um povo.

Quando o narrador afirma – “Em junho, um sentimento bate mais forte no peito da gente; é uma mistura que não dá para explicar; sons e emoções, cores e sabores; em cada canto, o Maranhão traz encantos...”. Esse pedaço do texto narrado no vídeo de lançamento do São João do Maranhão e, mesmo as imagens, tentam abstrair uma compreensão do mundo e trazer para uma ordem das percepções, onde se criam as relações e onde os sujeitos são formados. É a **REPRESENTAÇÃO** do maranhense colaborando com a **IDENTIDADE** desse povo. Os valores, sentidos e símbolos de um povo são retratados no vídeo analisado no artigo.

Interpretação/ Reinterpretação

Propondo aqui uma interpretação sobre o vídeo de lançamento do São João do Maranhão, começa-se pontuando alguns aspectos importantes para essa reflexão: o conteúdo trazido pelo vídeo; a apropriação do lugar das filmagens e, por último, o chamamento final.

Em relação ao conteúdo, pode-se afirmar que as imagens, o texto, a música, toda a simbologia ali representada colabora para essa convocação que é feita, tanto para o público local, como para aqueles que ainda não conhecem. O PODER do vídeo em suscitar o desejo na participação das comemorações do São João do Maranhão é reforçado na utilização dos **ESTEREÓTIPOS** que por sua vez ressaltam a **CULTURA**. Ao final, o conteúdo do vídeo traz a reflexão sobre a **REPRESENTAÇÃO** e a **IDENTIDADE** do maranhense. No aspecto do conteúdo que o vídeo apresenta, conclui-se que se torna satisfatório e que cumpre o seu objetivo.

O lugar onde o vídeo é filmado, que é o Centro Histórico de São Luís, se torna apropriado para as filmagens, pois, em se considerando o aspecto geográfico, esse é lugar (de) que fala de uma cultura. É um canto boêmio da cidade, onde poetas e autores se cruzam e se encontram pelas ruas e pelos bares. É o lugar onde se concentra um conjunto arquitetônico de azulejos e que serve de cartão postal da cidade. É um lugar de

representação, por isso, sua utilização para a gravação do vídeo é bem apropriada. Deve-se considerar que, infelizmente, o lugar deveria ser bem mais conservado pelo poder público. Parte-se, então, para o último aspecto refletido nessa interpretação.

As últimas palavras e imagens que aparecem no vídeo são do Governo do Maranhão. Entende-se todo o cunho institucional, porque quem está convidando para a festa é o próprio estado, na representação do seu poder público. Essa interpretação, aqui, vai além de entender isso como certo ou errado, no caso a utilização da festa para uma promoção. Mas é importante considerar que existe uma soma no momento em que aparece a logomarca do governo, pois fica dito que é um governo que preza pela sua cultura, pelo seu povo e prima pelo fortalecimento dessa cultura. Não se consideram os aspectos políticos que perpassam o vídeo, apenas se afirma o que se percebe na conclusão do mesmo.

Considerações Finais

O estudo proposto trouxe como temática a análise do vídeo de lançamento do São João do Maranhão. A análise foi fundamentada em 5 categorias a priori: ESTERÓTIPO, CULTURA, PODER, REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE, e se identificou 1 categoria a posteriori: o IMAGINÁRIO. Tendo como metodologia a Hermenêutica de Profundidade, o estudo trouxe uma análise sócio-histórica sobre o assunto, a análise formal discursiva e o finalmente a interpretação.

Como considerações finais, afirma - se que, diferente da visão senso comum que existia antes, percebe-se agora as estratégias de comunicação que estão embutidas num produto como esse. Quando assistimos a tais publicidades na TV, nos apresentamos como telespectadores e não nos damos conta que aquele produto tem uma intenção. Enquanto pesquisadores, é preciso o olhar anterior de telespectador.

No geral, conclui-se que o objetivo do vídeo foi alcançado porque ele conseguiu mostrar um pouco do que acontece nas festividades do São João do Maranhão. O vídeo consegue passar não só os ritmos, as danças, o cenário, mas principalmente a emoção que é participar das festas. Para que se consiga o objetivo final, o vídeo se utiliza muito bem das categorias já citadas acima, pois ele se encontra no campo da linguagem. É através da linguagem que o vídeo comunica a festa, seja essa linguagem falada, por imagens ou mesmo sonora, sendo possível transmitir e repassar um pouco do que são as festividades e do que é a cultura de um povo.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **Festa à Brasileira. Significados do Festejar, no país que “não é sério”**. Tese de Doutorado. São Paulo, 1998.
- BARTHES, Roland. **Escritores, Intelectuais, Professores** e outros ensaios. Lisboa: Editorial Presença, 1975.
- _____. **O Rumor da Língua**. Lisboa: Editora Setenta, 1984
- _____. **Aula**. São Paulo: Editora Cultrix LTDA, 1996.
- _____. **O Prazer do Texto**. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1974.
- FARAH, Daniel Júlio de Souza. **O Tambor de crioula e suas características**. Anais do III Fórum de Pesquisa Científica em Arte, 2005, pág. 84-92. Acessado em 20 de maio de 2015 às 11:00, disponível em http://www.embap.pr.gov.br/arquivos/File/anais3/daniel_farah.pdf
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 6. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- MAFESOLI, Michael. O Imaginário é uma realidade. Revista FAMECOS. Mídia, Cultura e Tecnologia, PUC/RS, Porto Alegre, v. 01, n. 15, agosto 2001, quadrimestral. Acessado em 14 de junho de 2015 às 16:25, disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/285/217>
- MATOS & FERRETI, Elisene Castro. E Sérgio F. **Caretas de Cazumba no Bumba-meboi do Maranhão**. Revista Pós – Ciências Sociais, v. 06, n. 12, 2009. Pág. 161-179. Acessada em 27 de maio de 2015 às 22:45, disponível em <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rpcsoc/article/view/63/44>
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O Desafio do conhecimento**. Pesquisa qualitativa em saúde. 5. ed. São Paulo; Rio de Janeiro, 1998.
- MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 9. ed. Petropólis: Vozes, 2012.
- RAMOS, Roberto José. **Roland Barthes: a semiologia da dialética**. Revista Conexão – Comunicação e Cultura. UCS, Caxias do Sul, V. 07, n. 13, jan/jun. 2008. Acessado em 14 de junho de 2015 às 15:30, disponível em <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/viewFile/158/149>
- THOMPSON, J B. **Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petropólis, RJ: Vozes, 1995.