

O IMPACTO DA COVID-19 NO SÃO JOÃO DO MARANHÃO: A EXPERIÊNCIA DO BUMBA-MEU-BOI E DO TURISMO NO CIBERESPAÇO

Andressa Cristina de Souza Nunes¹
Concilene Régia Nascimento Campos²
Klautenys Dellene Guedes Cutrim³

Resumo: O presente artigo busca analisar a experiência da cultura popular acerca do Bumba Meu Boi e do Turismo diante da pandemia do novo Coronavírus no Estado do Maranhão. Apresenta o período de propagação da doença na cidade de São Luís, que coincide tanto com o ciclo junino, no qual o Bumba Boi é destaque, quanto no Turismo, por ser o período em que a atividade possui crescimento de turistas e visitantes. Para tanto, após introduzir o tema tem-se uma breve contextualização a partir dos acontecimentos envolta da crise de saúde global pela COVID-19, e as medidas adotadas para o distanciamento social. Em seguida, a proposta é conhecer um pouco sobre o São João do Maranhão, bem como a composição do ambiente virtual, em particular seu destaque expressivo em meio à pandemia por meio das *lives* e encontros nas mídias digitais, no qual se estabeleceram as festividades juninas na cidade de São Luís. Por fim, as discussões acerca da atividade turística, com intuito de debater os paradigmas gerados pela COVID-19, uma vez que, o Turismo se desenvolve a partir do deslocamento e consumo de atrativos turísticos.

Palavras-chave: Bumba-Meu-Boi, Turismo, Ciberespaço.

¹ Graduada em Turismo – UFMA. Membro do Grupo de Estudo e Pesquisas em Patrimônio Cultural (GEPPaC – PGCult/UFMA). Membro do Grupo de Pesquisa O Mundo Atlântico e as suas Diásporas. Graduanda em História – UFMA. addressacsunes@gmail.com

² Graduada em Turismo – UFMA. Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade – PGCult/UFMA. Membro do Grupo de Estudo e Pesquisas em Patrimônio Cultural (GEPPaC – PGCult/UFMA). concilenecampos@yahoo.com.br

³ Graduada em Turismo e especialização em Planejamento Ambiental pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Mestra em História pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). É professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFMA e professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCULT/UFMA), na Linha de Pesquisa Cultura, Educação e Tecnologia. kdguedes@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

As doenças e os agentes infecciosos estão presentes ao longo da história da humanidade, por consequência, têm-se registros da Gripe Espanhola, Varíola, Gripe Suína (H1N1), entre outras; contaminações originadas por ausência de saneamento básico consumo de água e alimentos impróprios, além de diferentes fatores no lugar de ocorrência. Por isso, os efeitos gerados por surtos e até mesmo pandemias ainda surpreendem pela taxa de letalidade, transformando as relações sociais.

Desse modo, nos primeiros meses do ano de 2020 tornou-se conhecida a pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2 ou Novo Coronavírus (COVID-19), uma doença infecciosa capaz de causar problemas respiratórios graves, mostrando-se fatal às pessoas com comorbidades. E, justamente neste cenário pandêmico, surgiu a necessidade de adotar o isolamento social como medida preventiva ao novo e desconhecido vírus - medida afetou diferentes aspectos da vida cotidiana.

Isto é, uma pandemia que no Brasil além de potencializar problemas públicos, gerou impactos sociais, econômicos e políticos no país - em especial no setor cultural, que recentemente tem sido impactado pela ausência de políticas públicas eficazes; logo, como a crise da saúde provocou o fechamento de todos os serviços considerados não essenciais, obrigou a categoria a se reinventar para sobreviver. Portanto, este ensaio teórico busca analisar a experiência da cultura popular através do Bumba Meu Boi e a prática do Turismo diante da pandemia no Estado do Maranhão.

Para tanto, após introduzir o tema, na segunda seção deste trabalho tem-se uma breve contextualização sobre os acontecimentos que cercearam a crise de saúde global pela COVID-19, e análise sobre os impactos gerados pelo distanciamento social. Em seguida, a proposta é conhecer um pouco sobre o São João do Maranhão, bem como a composição do ambiente virtual, por seu destaque em meio à pandemia por meio das *lives* e encontros nas mídias digitais para realização festividades juninas em São Luís.

Por fim, as discussões acerca da atividade turística, com intuito de debater os paradigmas gerados pela COVID-19, uma vez que, o Turismo se desenvolve a partir do deslocamento e consumo de atrativos turísticos, tornando-se uma incógnita durante o cenário pandêmico junto ao ciclo junino no Maranhão.

2 “SE PUDER, FIQUE EM CASA”: DA AGLOMERAÇÃO AO DISTANCIAMENTO SOCIAL PELO NOVO CORONAVÍRUS.

As origens da COVID-19 são apontadas em meados de dezembro de 2019, quando foram identificados os primeiros casos de uma doença causada pelo denominado Coronavírus na populosa cidade de Wuhan, na china; com isso, na tentativa de evitar a propagação da contaminação, a cidade foi isolada, uma medida que se mostrou insuficiente, visto que o vírus chegou ao *status* de pandemia.

Coronavírus é o nome de uma família de vírus que têm uma estrutura em formato de coroa. Eles causam infecções respiratórias e já provocaram outras doenças. Em geral, eles circulam apenas entre animais como morcegos e roedores, mas passam a infectar também as pessoas quando a convivência é muito próxima e os vírus sofrem mutações espontâneas e aleatórias. O novo coronavírus que começou a circular na China no ano passado ganhou o nome temporário de 2019 n-Cov e depois o oficial de SARS-CoV-2, uma sigla para o nome completo em inglês "severe acute respiratory syndrome coronavirus 2" (G1, 2020).

Por consequência, no Brasil o primeiro caso do novo Coronavírus foi confirmado pelo Ministério da Saúde em 26 de fevereiro de 2020, na cidade de São Paulo. Com isso, na tentativa de impedir a disseminação do vírus, foi recomendado medidas básicas de higiene como cobrir nariz e boca com um lenço ao espirrar ou tossir, manter as mãos limpas - principalmente ao tocar o rosto, além do uso de máscara e álcool em gel, uma vez que, o SARS-Cov-2 tem sua transmissão pelo ar.

Entretanto, mesmo diante das orientações médicas a progressão do vírus ocorreu rapidamente, tanto que o Estado do Maranhão foi um dos últimos a notificar a doença no país, oficialmente em 20 de março. Com efeito, conforme o novo coronavírus avançou sobre as cidades, causou mortes e fechamento de lugares capazes de gerar aglomerações, além de tornar evidente a crise da saúde por meio do aumento de óbitos.

Em função disso, o *lockdown* foi adotado em algumas cidades, esvaziando centros urbanos, além de suspender a realização de festividades tidas como tradicionais, impactando diretamente o eixo criativo e cultural no Brasil. Assim, o uso do território pela sociedade foi modificado, através da ação coletiva e individual dos sujeitos movidos pelos efeitos do novo coronavírus.

Dado isso, ocorreram mudanças nas relações interpessoais e nas rotinas das cidades e municípios, afetando o setor cultural que necessita de aglomerações para

medir o sucesso de suas produções, além de interromper a organização e execução de festas populares tidas como tradicionais.

Por isso, a realização dos eventos culturais foi modificada durante a pandemia, principalmente com festividades cativas como o São João, pois se antes, tradicionalmente as festividades juninas ocorreriam em meio à aglomerações, o estado de pandemia impôs uma mudança de hábitos, a fim de dar continuidade a um dos maiores eventos da região nordeste e do Estado do Maranhão. Em razão disso, a alternativa encontrada foi ocupar espaços além do território físico: as mídias digitais, nas quais a presença em massa não inclui concentração de pessoas.

2.1 O TRADICIONAL SÃO JOÃO DO MARANHÃO: é festa na cidade, todo ano tem.

Cultura é vida, importante modo de comunicação e experiências, é pulsante, está presente no nosso cotidiano vivido; o termo ao longo do tempo obteve vários sentidos, inicialmente voltados para a natureza. “A primeira linguagem do homem, a linguagem universal, mais energética e a única de que teve necessidade antes que fosse preciso persuadir homens reunidos, foi o grito da natureza” (ROUSSEAU, 2001, p. 66).

Nesse sentido, a diversidade cultural humana relaciona-se ao espaço e sua singularidade, são formas autônomas dos movimentos sociais, intrínseca às características espaciais do lugar, a natureza, técnicas, história, práticas significantes, linguagens, dimensões políticas e econômicas que contribuem para formação de identidades e tradição de um povo. O homem é um sujeito social; houve o contato e uma assimilação de diversas culturas, conhecidos como aculturação. Hall (2011) discute a situação das questões identitárias no processo de globalização, destacando a “descentralização” das identidades, isto é, na modernidade, as identidades se tornaram deslocadas ou fragmentadas [...].

Portanto, ao fazer uma relação da cultura com a memória social, sabe-se que na experiência de vida humana, é possível sobreviver às adversidades, pois novos hábitos e novos modos de ser e viver estão atrelados ao convívio do cotidiano, mas estas maneiras de ver e viver a vida, na maioria das vezes se perdem ou diminuem com o tempo e no espaço, e permeiam apenas a nossa memória como lembranças.

A memória coletiva e memória individual reconstitui um quadro em que muitas partes estavam esquecidas – quadro de nossas lembranças – antigas,

inversamente essas lembranças se adaptariam ao conjunto de nossas percepções atuais – apesar de algumas divergências, que podemos reconstituir um conjunto de lembranças de modo a reconhecê-lo (HALBWACHS, 2013, p. 81).

Assim, quanto mais seguimos de perto a realidade, melhor vemos que a sociedade, longe de uniformizar os indivíduos, diferencia-os na medida em que os homens multiplicam suas relações, além de tomar consciência de sua individualidade. Nesse contexto da memória coletiva, identidade e tradição, o Maranhão apresenta uma diversidade étnica cultural, influenciada pelo passado colonial.

Nessa perspectiva da diversidade cultural, o São João do Maranhão tem uma representatividade das identidades e tradições do povo maranhense, a festa destaca-se no cenário junino do nordeste, considerado a maior festa popular do estado; o bumba-meu-boi é considerado a atração principal, homenageando os santos católicos São João, Santo Antônio, São Pedro, São Marçal, e as divindades dos terreiros de matriz africana.

Em geral, a festividade é realizada em praças públicas, nos bairros ou arraiais da cidade no mês de junho, seus protagonistas vêm do povo e representam os “brincantes”, músicos, cantadores, que se organizam, cantam, dançam em torno de um boi, feito com armação de madeira coberta por tecido bordado (couro do boi) sob a qual um “miolo” faz evoluções, dando vida ao personagem e animando a todos.

Sendo assim, o Bumba meu boi, representa múltiplas expressões, ritmos, sotaques e uma narrativa que celebra o ciclo da vida e a religiosidade do povo. O boi nasce, é batizado, morre e ressuscita. Sua história atravessou o tempo, se valorizou e hoje é Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade. “Os grupos de Bumba-meu-boi constituem um vasto e complexo conjunto de características em suas expressões artísticas, estéticas e simbólicas. O folguedo se desenvolve sob inúmeras variantes, apresentando diversos ritmos, danças, instrumentos, músicas, personagens, dramas e indumentárias” (IPHAN, 2011).

Nesse sentido, a festa é marcada por muitos sons, cores, dança, tudo fazendo parte de uma pulsante alegria e devoção. As formas de festejar são várias, associadas a regiões e tradições culturais específicas do estado, resultando na pluralidade de sotaques (matraca, zabumba, baixada, orquestra e costa-de-mão) que caracterizam o bumba-meu-

boi maranhense. Esses sotaques apresentam diferenças em relação a ritmo, coreografia, instrumentos musicais, personagens e indumentárias.

Inicialmente, os festejos juninos no Brasil comemoravam apenas São João, tradição herdada dos portugueses, porém a festa incorporou outros santos como São Pedro e Santo Antônio, e no Maranhão é celebrado também São Marçal, um marco para o encerramento da festa na cidade, mas outras brincadeiras tidas como tradicionais também marcam a festa, a exemplo do Tambor de Crioula, cacuriá, dança do coco, lelê, caroço, dança portuguesa, quadrilhas entre outras.

Neste cenário, as festas juninas impulsionam o turismo regional, esses eventos são importantes indutores do turismo nacional e atraem visitantes de todo o Brasil e do mundo que desejam conhecer a diversidade cultural que o país tem a oferecer. É um atrativo turístico brasileiro em franco processo de estruturação e consolidação, o aumento do fluxo de turistas, em junho e julho no Maranhão, movimenta o comércio e gera empregos antes, durante e depois das comemorações.

Diante disso, o Governo do Estado do Maranhão investiu em 2019 R\$ 10 milhões para a realização do São João do Maranhão, o “São João de Todos”; ao todo 450 artistas e grupos maranhenses se apresentaram nesta temporada, que começou desde o dia 1º de junho com as prévias juninas, mas que abriu oficialmente dia 19 até o dia 30 de junho de 2019, um grande potencial de atração turística.

Contudo, no ano de 2020, não foi possível realizar do São João do Maranhão nos arraiais por envolver a participação de multidões, ano atípico causado pela Covid-19 e o momento da pandemia. Afinal, por questões sanitárias e adversas, é necessário evitar aglomeração e adaptar-se à nova realidade, ou seja, o “novo normal”. Dessa forma, a redução de aglomerações e as restrições impulsionaram o uso do espaço digital, estratégia encontrada pelos grupos folclóricos e a indústria cultural para se reinventar nas suas apresentações, promessas e tradições diante de um São João atípico.

3 É TEMPO DE GUARNICÊ EM CASA: A TRANSPOSIÇÃO DO SÃO JOÃO DO MARANHÃO PARA O CIBERESPAÇO

As vivências humanas envolvem um conjunto de experiências acerca da vida e do lugar em que as relações pessoais são estabelecidas e desenvolvidas, sendo relevante

para este tópico, conhecer algumas conceituações entre espaço e lugar para compreender a composição do ciberespaço. Logo, “espaço” e “lugar” são termos familiares que indicam experiências comuns [...]. O lugar é segurança e o espaço é liberdade: estamos ligados ao primeiro e desejamos o outro” (TUAN, 1930, p. 03).

Com isso, interpretando a passagem do autor, Tuan faz referência à dinamicidade do espaço em relação ao lugar, no qual o espaço oferece a possibilidade de ser livre, estar em movimento, enquanto o lugar é a “pausa”, onde as relações sociais são construídas e transformadas através da experiência, uma ligada à outra para fornecer sentido e significado ao campo do vivido.

Portanto, o uso da palavra transposição ocorre em função da particularidade necessária de mudar o ‘lugar’ habitualmente utilizado para realização do São João: os arraiais, espaços temporários que são anualmente montados em lugares físicos para promoção das festividades juninas, um marco para encontros, apresentações de grupos culturais, bem como para celebração da religiosidade e cumprimento de promessas.

Em vista disso, entraram em cena as mídias digitais como articuladoras e vitrines para a cultura popular maranhense; o ciberespaço, tornou-se mediador de relações interpessoais, do mesmo modo que conferiu uma mudança de hábitos e práticas para o eixo cultural no Maranhão. Essa mudança mostrou-se significativa à medida em que as relações no campo virtual ocorriam apenas para divulgação dos eventos, agendas dos grupos folclóricos e promoção da atividade turística.

Como afirma Zusman (2019, p. 335-336),

O ciberespaço se transformou em um componente de nossa cultura. Constitui parte da vida cotidiana ao mesmo tempo em que a molda. Constituiu-se em um meio através do qual criamos ou recriamos laços familiares e de amizade, estabelecemos vínculos acadêmicos, institucionais e políticos.

Com isso, “o ciberespaço encoraja um estilo de relacionamento quase independente dos lugares geográficos e da coincidência dos tempos [...]” (LÉVY, 1997, p. 49). Isso porque, o ciberespaço permite o encontro de um número ilimitado de pessoas conectadas por meio da internet, acesso a recursos tecnológicos, à informação rápida, aperfeiçoando o sistema de comunicação em diferentes horários e lugares.

Dessa forma, ao fazer referência ao Guarnicê em casa, lembra-se que esta expressão característica do Bumba-Meu-Boi simboliza a chegada, o processo de organização que visa reunir e concentrar o batalhão para avisar o povo que o Boi está

presente no terreiro (arraial) e o São João já chegou à cidade. Assim sendo, quem garante no Bumba- Meu-Boi dá vida, energia e garante a continuidade da “brincadeira”; pois, os bumbas possuem um lugar significativo na dinâmica cultural local e independente do sotaque, é sempre aguardado com seus ritos, toadas e alegria, movimentando o cenário cultural e econômico de São Luís.

Por isso, ao virtualizar essa experiência, tem-se o sentimento de que a pandemia não interrompeu o ciclo junino, mas transformou sua essência ao gerar expectativa para o ano seguinte, deixando saudade pelos encontros cancelados e a lembrança das festas juninas passadas entre amigos e familiares. Com efeito, descobriu-se outras formas de desenvolver as atividades do Bumba-Meu-Boi e do Turismo em São Luís.

3.1 A LIVE COMO ESTRATÉGIA DE ENTRETENIMENTO E MANUTENÇÃO DOS GRUPOS DE BUMBA-MEU-BOI

Tradicionalmente, a “boiada” nasce a cada ano, e seu alvorecer é saudado com muita alegria e entusiasmo por aqueles que estão “remoendo uma saudade danada da brincadeira”, ficando à espera da prometida volta do boi. Sim, porque a última festa não é vista enquanto tal, pois nela já está contido o começo da outra, dentro da perspectiva de que a dinâmica do tempo do calendário que marca os ritos e as festas não é linear (CARVALHO, 1995).

A fala da pesquisadora Maria Michol de Carvalho, ilustra uma parte do que representa o Bumba-Meu-Boi para seus participantes e admiradores - uma linguagem em comum que apresenta múltiplas falas, capazes de atribuir a símbolos, objetos e lugares, significados únicos, nos quais o Boi surge rodeado de encantos com um elevado poder de comunicação entre a festa, o divertimento e a promessa paga.

Desse modo, os ensaios marcam o início da temporada junina, sucedido pelo batizado e as brincadeiras. “E agora o boi vive situações distintas: “brincar boi” por devoção, por gosto, por prazer, “dançar boi” por força de um compromisso oficial, um chamado, um contrato do qual decorre dinheiro, prestígio e gera obrigação de se apresentar bonito [...] (CARVALHO, 1995, p. 73). Logo, adapta-se à diferentes demandas, além de se apresentar em diferentes espaços, mas mantendo nesse entremeio o tempo dos ritos sagrados e/ou tradicionais.

Para tanto, em cada grupo há uma releitura para contar a vida, morte e ressurreição do Boi; por isso, o dia de Santo Antônio (13 de junho), São Pedro (29 de

junho) e São Marçal (30 de junho), são conhecidos por levar multidões às ruas, além de ser um momento para manifestar a fé popular na Igreja de Santo Antônio, Casa das Minas, Capela de São Pedro e Avenida São Marçal; preparando os grupos para o ritual de morte do boi, assinalando o reinício do ciclo vital dos bumbas. Assim, "consideramos que a invenção de tradições é essencialmente um processo de formalização e ritualização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição." (HOBSBAWM, 2008, p. 12).

Por esse motivo, a ideia de ciclo junino traduz-se na continuidade de práticas culturais que se adaptaram aos novos tempos, socializando valores e tradições partilhadas por grupos sociais. Isto é, "a adaptação cultural pode ser analisada como um movimento duplo de des-contextualização e re-contextualização, retirando um item de seu local original e modificando-o de forma a que se encaixe em seu novo ambiente" (BURKE, 2003, p. 91).

À vista disso, conforme a COVID-19 transformou a rotina das cidades, também modificou a organização do setor cultural, impactando as festas juninas; afinal, as aglomerações festivas nas quais o boi é protagonista foram interrompidas. Com isso, restou aos grupos traçar um planejamento, a fim de manter o São João do Maranhão, para tanto, o processo de re-contextualização ocorreu através das mídias digitais.

Por essa razão, surgiu no cenário das tradições inventadas o **São João virtual**, alterando o "corre, corre" da temporada junina para as produções audiovisuais em plataformas *online*. Inclusive, esse comportamento atraiu atenção para a mobilização dos grupos de Bumba Meu Boi em ocupar espaços na internet, principalmente em plataformas como *YouTube*, antes pouco vislumbradas pelo caráter físico do São João nas ruas e arraiais, porém, necessário nas festas juninas de 2020 em virtude da crise de saúde global, promovendo uma mudança no tradicional São João do Maranhão.

À vista disso, estratégias foram adotadas para atrair seguidores nas redes sociais, incluindo entrevistas, produção de vídeos caseiros com transformações frente à câmera, desafios dançantes entre grupos de Bumba Meu Boi, sorteios, entre outros, descortinando a ideia de personagem-brincante e pessoa no dia a dia; ou seja, conhecer as comunidades e rostos nos bastidores da sua organização, aproximando o público de

aspectos históricos, desafios, dificuldades, além de mostrar todo trabalho por trás das apresentações nos arraiais.

Por outro lado, as relações moldadas nas redes sociais externaram para os agentes da cultura que além de ocupar as mídias digitais, é indispensável à participação e contribuição dos seguidores, a fim de liberar recursos disponíveis nas plataformas digitais, por isso, ocorreram mobilizações para conseguir inscritos. Afinal, vários grupos de Bumba-meu-Boi e outras manifestações culturais já estavam em redes sociais como *Instagram* e *Facebook*, no entanto, habituados a direcionar conteúdos informativos ao público, não utilizando-as como recurso principal, subestimando as potencialidades disponíveis no meio tecnológico - por desconhecimento ou ausência de interesse.

Entretanto, devido a pandemia as *lives* foram adotadas como uma forma de ser visto por um público diversificado, bem como adaptar-se à realidade imposta pelo novo coronavírus e o distanciamento social; as produções permitiram celebrar os santos juninos e cumprir as promessas realizadas. Por consequência, as transmissões ao vivo conectaram usuários permitindo a construção de experiências juninas e entretenimento sem sair de casa, o calor popular dos arraiais foi convertido em curtidas e doações.

Assim, um dos primeiros eventos *online* foi o ritual de batizado do Bumba Meu Boi de Axixá (orquestra), para receber as bênçãos e comemorar os 61 anos do grupo, apresentando ao povo maranhense a nova face do São João do Maranhão, tal como promoveu um alcance maior das atrações existentes, divulgando produtos, serviços, formando parcerias, para assim, levantar recursos necessários para manutenção e pagamento de despesas dos bois, eventos que ocorreram durante todo mês de junho.

Salientando-se ainda, a promoção de eventos como o “Bumba Minha Casa”, organizado pelo movimento Gratitude, que intermediou doações incluindo a plataforma ‘vakinha’ durante as *lives* no *YouTube*, em que a leitura do *QR CODE* pelo celular ou *tablet* garantiu arrecadação em dinheiro para os participantes do evento. Ainda assim, as redes sociais também foram utilizadas pelo Boi da Maioba (matraca) - grupo centenário na região metropolitana de São Luís, para o evento “Maioba em Romaria” convocando as pessoas para seguir em cortejo dentro de seus carros pela cidade, em homenagem a São João, São Pedro e São Marçal, com grande adesão do público.

Para tanto, no *Instagram* o @boidamaiobaoficial fez a chamada,

A Maioba mais uma vez inova e irá fazer uma grande apresentação por toda região Metropolitana de São Luís. Nosso amor Maioba, é imenso, nosso povo clama pela Maioba. Em respeito a esse amor, e a esse desejo que todo maiobeiro hoje sente em nos ver no São João, iremos levar nosso Boi para as ruas e avenidas, passando na porta de cada maiobeiro, é a Maioba em Movimento, se o Povo não pode vir até a Maioba, a Maioba irá até o Povo. Maioba sempre foi Maioba, Maioba sempre será Maioba.

Por isso, estar ativo nas redes sociais garantiu tanto a sequência do ciclo vital do boi, quanto a arrecadação de recursos financeiros e doação de alimentos para as famílias que dependem financeiramente das apresentações dos grupos. Nessa ocasião, se estabelece o vínculo afetivo das pessoas com o São João e grupos de Bumba Meu Boi específicos, formando grandes redes de relacionamento. Complementando os eventos, o Serviço Social da Indústria do Estado do Maranhão (SESI-MA) criou o projeto “SESI Arraiá volante” onde “resolveu levar o arraial para os condomínios de São Luís com apresentações de grupos como o Bumba Meu Boi de Axixá, Boi de Maracanã e Boi Brilho da Ilha (MARANHÃO HOJE, 2020)”, convidando as pessoas pelas redes sociais a desfrutarem do São João com apresentações adaptadas sem sair de casa.

3.2 DA IMOBILIDADE IMPOSTA, ÀS NOVAS FORMAS DE (RE)FAZER TURISMO

O turismo pode ser visto como uma atividade que desperta a motivação por viagens, enquanto tem nos turistas as pessoas que irão se deslocar para consumir um destino turístico, interagindo com a população local, movimentando o comércio, promovendo troca de experiências, por meio de atrações que despertem o interesse das pessoas em ocupar seu tempo livre e investir recursos financeiros nos lugares turísticos.

Isso contribui para que as cidades se tornem parte da infraestrutura turística, pois tem seus espaços públicos e práticas culturais transformadas em produtos para o turismo - uma atividade dinâmica que depende do deslocamento das pessoas entre cidades -, a fim de consumir os lugares na forma de atrativos turísticos. “Portanto, ao analisar a cultura popular nas sociedades capitalistas, é de vital importância considerar a sua articulação com o mercado que a consome, que se dá, essencialmente, via turismo, enquanto organização mercantil do lazer” (CARVALHO, 1995, p. 59).

Com isso, o turismo está consolidado enquanto indústria capaz de gerar grandes negócios e ultrapassar fronteiras; trata-se de “um convite à convivência entre pessoas,

etnias e culturas diferentes” (PANOSSO, 2009, p.49). Mas, o cenário pandêmico mundial gerou paradigmas para as práticas da atividade, afinal o setor foi um dos primeiros afetados com o isolamento social, pois diante da disseminação do novo Coronavírus conheceu o *status* de imobilidade, rompendo a convivência entre turistas e a comunidade através da interrupção dos serviços, entre os quais, as viagens passaram a ocorrer por necessidade - com retorno de turistas às suas residências.

Por isso, a crise da saúde global impôs protocolos sanitários impedindo aglomerações de pessoas, indo de encontro ao turismo que na realidade brasileira estabeleceu nas cidades a suspensão de atividades educacionais, do comércio, bem como de estabelecimentos de entretenimento e lazer. Desta maneira, a infraestrutura do setor viu paralisar serviços hoteleiros, de agências de viagens, museus e demais eventos culturais no país; assim, vários trabalhadores do setor ficaram sem trabalho e sem renda, cabendo ao turismo buscar alternativas para despertar o interesse do público.

Entre as movimentações realizadas estão às ações da Secretaria de Estado do Turismo (SETUR-MA) com objetivo de aliviar a crise do setor e dos profissionais como artesãos e guias de turismo, promovendo um “turismo digital”. Dado isso, algumas medidas adotadas foram o programa “*City Tour* de encantos”, “Nosso Artesanato”, “Desvenda Maranhão”, “Tour Ilha do Tesouro”, para movimentar a cadeia produtiva do Turismo no Maranhão, além promover a difusão do turismo nas mídias digitais, levando o público a conhecer atrativos turísticos e os espaços da cidade durante o mês de junho.

Assim, a Secretaria de Turismo do Maranhão (2020) apontou que o “*City Tour* de Encantos tem como objetivo oferecer à população serviços de guiamento turístico via internet e é uma alternativa de continuidade à difusão do turismo [...] diante do atual cenário de crise sanitária mundial”. Respectivamente, o Programa Nosso Artesanato incentivou a produção de diferentes peças por artesãos locais em suas casas durante a quarentena, produtos que foram adquiridas pelo Governo para compor *kits* informativos.

Inclusive, o “Desvenda Maranhão” proporcionou a compra de passagens e diárias em hotéis para uso pós-pandemia, “os vouchers serão utilizados através de viagens promocionais com artistas, blogueiros, digital influencers, jornalistas, imprensa nacional e internacional” (GOVERNO DO MARANHÃO). Por último, o “Tour Ilha do Tesouro”, voltado para o setor hoteleiro e alimentício, credenciando restaurantes e

meios de hospedagem para receber “alunos do 2º e 3º ano do ensino médio da rede pública do interior do estado à oportunidade de conhecer os principais atrativos históricos e culturais de São Luís” (SECRETARIA DE TURISMO).

A pandemia transformou-se em um momento para conhecer as casas de cultura de São Luís, uma vez que, o cenário de oportunidades sacramentou a entrada e/ou movimentação dos museus e centros de cultura popular no *Instagram*, viabilizando a postagem de conteúdos acerca das práticas culturais do Maranhão, permitindo às pessoas adquirir conhecimentos e aprender sobre o trabalho dos museus de São Luís através do ciberespaço - uma produção originada do espaço físico para o virtual.

Isto posto, mesmo diante das dificuldades enfrentadas pelo turismo durante a pandemia, no Maranhão o setor pôde descobrir novos eixos para se desenvolver oportunidades que foram criadas para driblar a crise, tal como sobreviver em meio às incertezas, tanto que vários empreendimentos do setor reforçaram a mensagem: “não cancele, adie!”, pensando no mundo pós-pandemia. Apesar disso, não foi possível beneficiar toda cadeia produtiva, contudo, as medidas mostraram-se providenciais para amenizar os impactos econômicos e sociais gerados pelo novo Coronavírus.

Por isso, essas práticas no meio virtual refletem sobre a tendência de fazer um turismo digital de modo recorrente, visto como oportunidade e não apenas acionado por necessidade, afinal o ser humano faz uso contínuo de equipamentos tecnológicos, usufruindo de informações rápidas na palma da mão, interferindo na motivação e decisões de compra dos turistas. Logo, saber utilizar as ferramentas disponíveis no ciberespaço além de estratégica serve para atrair clientes e formar redes de relacionamento, capazes de movimentar a engrenagem turística.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para conhecer uma realidade complexa faz-se necessário compreender os fatos em um quadro abrangente, considerando o lugar, os sujeitos da ação, as relações econômicas, sociais e culturais, a fim de analisar os acontecimentos em um contexto global; como pôde ser visto por meio dos acontecimentos que culminaram na pandemia pelo novo Coronavírus.

Em outras palavras, enquanto o mundo negligenciou e/ou não considerou relevante um surto na cidade de Wuhan, uma doença se espalhou afetando todos os aspectos da vida cotidiana; e, não tendo como prevenir a contaminação de modo eficaz - a população foi orientada a remediar seus efeitos, construindo um 'novo normal' nas relações sociais. Desse modo, as pessoas se adaptaram à nova rotina de acordo com suas necessidades, fazendo uso das mídias digitais para potencializar experiências pessoais.

Em vista disso, no mundo real em que as relações sociais são construídas, também são utilizadas tecnologias digitais - ferramentas poderosas capazes de alcançar um público diversificado, além de aproximar pessoas em um fluxo de dados constante. Logo, a sociedade interage, cria vínculos afetivos, se informa, estabelecendo relações virtuais através dos meios de comunicação - o virtual influenciando o real e vice-versa; do mesmo modo, garantindo a permanência e transformação de práticas populares, a exemplo das festas juninas no Maranhão, e as novas formas de fazer Turismo.

Por isso, mesmo diante das possibilidades do ciberespaço, as ações eram pouco ou não desenvolvidas para festividades como São João, e com isso, as experiências geradas foram efetivas no sentido de compreender as mídias digitais como importante meio de comunicação em massa, um lugar para o saber, desenvolver a criatividade e impulsionar o mercado turístico e cultural; o ser humano re-contextualizando o meio, ultrapassando e fundindo-se às barreiras entre o real e o virtual.

5 REFERÊNCIAS

@boidamaiobaoficial. **Maioba em Romaria**. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/CBwcqlbpdL/> Acesso: 30 jun. 2020

Bem Estar. **O que é Coronavírus**. G1 - Globo.com. Disponível em:
<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/02/27/o-que-e-o-coronavirus.ghtml> . Acesso: 10 Ago. 2020

BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. Editora Unisinis, São Leopoldo - RS, Brasil, 2003.

CARVALHO, Maria Michol de. **Matracas que desafiam o tempo: é Bumba-Meu-Boi do Maranhão, um estudo da tradição**. São Luís, 1995

Dossiê do Registro do Complexo Cultural do Bumba Meu Boi do Maranhão. **Complexo Cultural do Bumba Meu Boi do Maranhão, dossiê de registro**. 2011. Disponível em:
http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossie_bumba_meu_boi.pdf

FURLANETTO, B. H. **O bumba-meu-boi do Maranhão: território de encontros.** R. RA E GA, Curitiba, n. 20, p. 107-113, 2010. Editora UFPR

GOVERNO MARANHÃO - AGÊNCIA DE NOTÍCIAS. **Press Trip Desvenda Maranhão: Governo lança edital para serviços de hospedagem no interior.** Disponível em: <https://www.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=273883>. Acesso: 20 Set. 2020

HALBWACHS, Maurice. **MEMÓRIA COLETIVA E MEMÓRIA HISTÓRICA.** In: A Memória Coletiva. Tradução de Beatriz Sidou. 2ª ed. São Paulo: Centauro, 2013.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Trad. Tomáz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2011.

HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence (Org.). **A invenção das tradições.** Editora Paz e Terra, 6ª ed, São Paulo, 2008.

LÉVI, Pierre. **Cibercultura.** tradução de Carlos Irineu Costa - Ed. 34, São Paulo, 1999. MARANHÃO HOJE. **SESI inicia nesta quarta-feira projeto de arraial volante.** Disponível em: <https://maranhaohoje.com/sesi-inicia-nesta-quarta-feira-projeto-de-arraial-volante-em-condominios-de-sao-luis/>. Acesso: 15 set. 2020

PANOSSO NETO, Alexandre; TRIGO, Luís Alexandre Godoi. **Cenários do turismo brasileiro.** São Paulo: Aleph, 2009.

ROUSSEAU, Jean-Jacques. **Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens.** Tradução de Maria Lacerda de Moura. [S.l.: s.n.], 2001. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/desigualdade.pdf>>. Acesso em: 7 jul. 2020.

Secretaria de Turismo do Maranhão. **Guias de turismo podem se inscrever até terça-feira, 7, para o Programa “City Tour de Encantos”.** Secretaria de Turismo do Maranhão. Disponível em: <http://www.turismo.ma.gov.br/guias-de-turismo-terao-oportunidades-de-obter-renda-por-meio-do-programa-city-tour-de-encantos/>. Acesso: 30 Jul. 2020

Secretaria de Turismo. **Tour Ilha do Tesouro: setor hoteleiro e de alimentação podem se inscrever até terça-feira, 7.** Disponível em: <http://www.turismo.ma.gov.br/etiquetas/programa-tour-ilha-do-tesouro/>. Acesso: 22 Set. 2020

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência.** tradução de Livia Oliveira. São Paulo: DIFEL, 1983.

ZUSMAN, Perla. **As geometrias do poder do ciberespaço.** Boletim Campineiro de geografia. V.09, N.02, 2019..