

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE – UFS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS – CECH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DCOS
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

ALESSANDRA DE SOUZA OLIVEIRA

**EVENTOS CULTURAIS E A PROMOÇÃO E PRESERVAÇÃO DA CULTURA
POPULAR: ESTUDO DE CASO SÃO JOÃO DA THAY**

São Cristóvão – SE

2025

Alessandra de Souza Oliveira

EVENTOS CULTURAIS E A PROMOÇÃO E PRESERVAÇÃO DA CULTURA
POPULAR: ESTUDO DE CASO SÃO JOÃO DA THAY

Trabalho de Conclusão de Curso realizado como requisito para obtenção de grau de bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Sergipe.

Orientador: Prof. Dr. Claudomilson F. Braga

São Cristóvão – SE

2025

ALESSANDRA DE SOUZA OLIVEIRA

EVENTOS CULTURAIS E A PROMOÇÃO E PRESERVAÇÃO DA CULTURA
POPULAR: ESTUDO DE CASO SÃO JOÃO DA THAY

Trabalho de Conclusão de Curso realizado como
requisito para obtenção de grau de bacharel em
Publicidade e Propaganda pela Universidade
Federal de Sergipe.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Claudomilson Fernandes Braga (orientador)

Profa. Dra. Patrícia Horta Alves (examinadora)

Deivid Gonçalves Lima (examinador)

Nota: _____

São Cristóvão, ____ de _____ de 2025.

Dedico este trabalho aos meus pais, Claudiney e Josiene, e ao meu irmão, Eduardo, que sempre estiveram ao meu lado. E a todos que lutam para preservar a cultura nordestina. Viva o Nordeste!

AGRADECIMENTOS

Chego ao fim de mais uma etapa da minha vida e não poderia iniciar de outra forma senão agradecendo a mim mesma. Por nunca ter desistido, mesmo nos momentos mais desafiadores, acreditei no meu potencial e, hoje, posso dizer com orgulho que valeu a pena continuar.

Aos meus pais, Claudiney e Josiene, minha base e maior força ao longo desses anos, sem o apoio, o amor e a dedicação de vocês, nada disso seria possível. Obrigada por acreditarem em mim, mesmo quando eu mesma duvidava.

Ao meu irmão, Carlos Eduardo, que sempre foi meu maior incentivador e parceiro de vida, nas horas difíceis, você esteve lá, sempre lembrando: “Alessandra, mermã, se preocupe com isso não, você é boa e pronto.”.

A toda a minha família, que sempre torceu e me apoiou com amor e generosidade, o meu sincero agradecimento.

Aos colegas de curso, que tornaram essa jornada mais leve e divertida, foi um prazer dividir essa caminhada com vocês. Em especial à minha “panelinha” — Jamille, Karine, Elaine, Larissa, Lucas, Mari, Raíza, Iza e Wesley —, que se tornaram muito mais do que apenas colegas de faculdade, levo cada um de vocês comigo, na certeza de que nossa amizade vai muito além da graduação.

Ao meu amigo de longa data, Victor Manoel, que sempre esteve ao meu lado, com sua lealdade e apoio, muito obrigada.

Aos professores do curso, minha profunda admiração e respeito. Vocês foram essenciais não apenas na formação acadêmica, mas também na construção de valores éticos e humanos que levarei para a vida. Obrigada por acreditarem em cada um de nós e nos guiarem com tanta dedicação.

À Universidade Federal de Sergipe, essa instituição que me acolheu e proporcionou tantas oportunidades que nunca irei esquecer, muito obrigada.

Agradeço as contribuições da banca examinadora, composta pela minha professora Patrícia Horta, a qual tenho um carinho e admiração enorme, e pelo grande entusiasta da cultura popular, Deivid Gonçalves, que faz um importante trabalho como ativista cultural.

E um agradecimento mais que especial ao meu orientador, professor Claudomilson, a quem admiro imensamente como profissional e como ser humano. Desde a primeira disciplina que cursei com o senhor, soube que seria o meu orientador. Agradeço por acreditar no meu trabalho e me guiar com dedicação, exigência e paciência.

Por fim, agradeço de forma especial à Thaynara OG, por ser uma voz potente em defesa da cultura maranhense e nordestina. O São João da Thay é muito mais do que um evento — é uma celebração da nossa identidade, um espaço de valorização das tradições populares e uma vitrine para artistas e saberes do nosso povo. Que sua iniciativa continue inspirando e abrindo caminhos para que a cultura nordestina ocupe cada vez mais o lugar de destaque que merece.

A comunicação sempre esteve presente na minha vida, desde as idas à rádio comunitária com meu pai, apenas para ver o programa acontecer. Na época, eu não sabia que hoje me tornaria uma comunicadora. Entrei no curso com o propósito de facilitar o acesso à informação para as pessoas, e esse será o meu papel a partir de hoje.

Esta conquista não é apenas minha, mas de todos que estiveram ao meu lado. Obrigada!

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar o impacto do evento cultural São João da Thay na promoção e preservação da cultura popular maranhense. Para isso, foram analisadas entrevistas em canais jornalísticos, postagens nas redes sociais e conteúdos da plataforma X. A pesquisa utilizou como base teórica a folkcomunicação de Luiz Beltrão, as discussões sobre cultura híbrida de Néstor García Canclini e a análise de conteúdo proposta por Bardin. O estudo busca compreender como a visibilidade gerada pelo evento contribui para a valorização das tradições culturais, destacando também os desafios e oportunidades provenientes das negociações e da presença de influenciadores digitais.

Palavras-chave:

Eventos, Cultura, São João, Thaynara Og, Folkcomunicação, Cultura Popular, Maranhão.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Thaynara OG na primeira edição do São João da Thay em 2017	20
Figura 2 - Influenciadores nos Lençóis Maranhenses.....	21
Figura 3 - Bois Bumbás de Parintins no palco do São João da Thay 2024.....	22
Figura 4 - Palco com cenografia dos azulejos e Espaço Reserva	23
Figura 5 - Ativação Amazon nos Lençóis Maranhenses durante o evento	24
Figura 6 - Ativação Bic durante o evento	25
Figura 7 - Ator e cantor mexicano Christian Chaves no palco.....	26
Figura 8 - Grupo Folclórico Cacuriá de Dona Teté	27
Figura 9 - Thaynara OG e Ana Paula Xongani com parte dos alunos do curso de Roberta Freitas	28
Figura 10 - Influenciadores no jantar.....	29
Figura 11 - Mapa do local do evento	30
Figura 12 - Thaynara OG	31
Figura 13 - Publicação no Instagram da Thaynara OG.....	35
Figura 14 - Episódio 1 do documentário São João da Thay.....	35
Figura 15 - Grupo Tambor de Crioula do Maranhão se apresentando no Palco Amazon	40
Figura 16 - Mulher veste camisa estampada com nomes de manifestações culturais maranhenses	41

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA SOBRE CULTURA POPULAR E A VALORIZAÇÃO DAS TRADIÇÕES LOCAIS.....	12
1.1 Cultura Popular: uma caminhada de resistência	12
1.2 O papel da comunicação na construção e preservação da cultura popular: folkcomunicação	15
2 CONHECENDO O EVENTO SÃO JOÃO DA THAY	19
2.1 Thaynara Og: a idealizadora maranhense	31
3 METODOLOGIA	36
4 O IMPACTO DO SÃO JOÃO DA THAY NA CULTURA POPULAR MARANHENSE	37
4.1 Entrevistas dos participantes e convidados em canais midiáticos	38
4.2 Publicações nas redes sociais do evento e de sua idealizadora.....	40
4.3 Conteúdo na rede social X (antigo Twitter).....	42
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS.....	48
ANEXO A - ENTREVISTAS DOS PARTICIPANTES E CONVIDADOS EM CANAIS MIDIÁTICOS	51
ANEXO B - PUBLICAÇÕES NAS REDES SOCIAIS DO EVENTO E DE SUA IDEALIZADORA	53
ANEXO C - CONTEÚDO NA REDE SOCIAL X (ANTIGO TWITTER)	56

INTRODUÇÃO

Os eventos culturais são e sempre foram instrumentos capazes de unir uma comunidade desde os tempos antigos. São os eventos que de certa maneira aguçam o sentimento de pertença e de ligação com as localidades e os espaços do mundo social:

Observamos que a sensibilidade e a necessidade do afeto são inerentes ao ser humano. Eis a razão por que, desde que nascemos, nossos sentimentos são cultivados e desenvolvidos para um mundo de partilha. Na escola, preparamo-nos para as comemorações alusivas ao calendário escolar (dia das mães, dia dos pais, páscoa e outras). São rituais (festas) que se repetem com outros temas e significados até a idade adulta, quando participamos de noivados, casamentos e formaturas, por exemplo, e experienciamos a partilha como elemento constitutivo da nossa vivência pessoal e social. A festa é, portanto, espaço para compartilhar as emoções, preenchendo a vida dos indivíduos de esperança e de possibilidades (Almeida, 2018, p. 98).

De acordo com a Declaração da Assembleia Geral das Nações Unidas (1948), o acesso à cultura é um dos direitos humanos universais. E nesse contexto cada vez mais globalizado as culturas podem facilmente se diluir, fazendo surgir a necessidade de eventos que mantenham vivas as práticas, crenças e expressões artísticas que definem um povo, uma comunidade. Para Bauman (2001), o conceito de modernidade líquida expõe como essa diluição é resultado de uma sociedade marcada pela aceleração das estruturas sociais, assim como dos relacionamentos humanos. Os sólidos (certezas e tradições) que haviam antes do século XX, agora estão em processo de derretimento não para criar novos sólidos, e sim para não haver novos sólidos (tradições). Perspectiva importante que nos inquieta e dessa forma, a preservação das tradições por meio de eventos, como o São João da Thay, avança na contramão de uma tendência global e faz uma quebra do total derretimento desses sólidos.

Mais ainda, cultivar hábitos culturais têm um impacto bastante positivo na vida social e psicológica do indivíduo. De acordo com a pesquisa “Hábitos culturais 2023”, da Fundação Itaú em parceria com o Datafolha, 81% dos brasileiros concordam que a realização de atividades relacionadas à cultura diminui a sensação de solidão.

As festas juninas, nomeadamente no nordeste brasileiro, têm se constituído em uma expressão cultural valorosa e que tem dado à região nordeste características particulares no seu modo de vida; nos seus hábitos; na alimentação.

As festas juninas, antes conhecidas como festas joaninas, têm suas raízes nas celebrações pagãs relacionadas às mudanças de colheita que ocorrem nos meses de junho e julho. Com a consolidação do catolicismo na Europa, a Igreja Católica transformou essas festividades em manifestações cristãs, coincidentes com as comemorações em homenagem a

São José (19 de março), Santo Antônio (13 de junho), São João (24 de junho) e São Pedro (29 de junho).

A história das festas juninas no Brasil começou no século XVI, quando os portugueses trouxeram seus eventos e tradições com o objetivo de catequizar os povos originários. Inicialmente, essas celebrações eram chamadas de festas joaninas, em referência a São João, mas o nome foi alterado para festas juninas devido à sua realização no mês de junho.

Apesar da forte influência europeia, muitas tradições indígenas e afro-brasileiras também contribuíram para a formação das novas tradições juninas, especialmente nas danças, músicas e comidas típicas.

O que antes eram reuniões familiares no campo para celebrar os santos e a colheita do milho, tornou-se uma das maiores fontes de renda para a comunidade local e nacional com grandes eventos midiáticos e espetáculos mercadológicos.

Deste modo, o presente trabalho tem como recorte um estudo de caso focado no São João da Thay, idealizado pela comunicadora Thaynara OG, que promove e valoriza a cultura maranhense. O evento é realizado anualmente no Maranhão desde 2017, durante a temporada de festas juninas. Desde sua criação, o São João da Thay tem se destacado por sua capacidade de divulgar a rica cultura maranhense, incluindo suas danças folclóricas, músicas, gastronomia e outras manifestações culturais. O evento atrai uma ampla audiência, incluindo turistas, artistas nacionais e locais, bem como influenciadores digitais, ajudando a colocar o Maranhão em destaque no cenário cultural brasileiro.

Diante desse contexto, justifica-se a realização deste trabalho reside na importância de compreender como eventos culturais podem funcionar como instrumentos eficazes para a promoção e preservação da cultura popular.

E como os eventos culturais têm também se constituído em uma ferramenta fundamental nos processos comunicativos de um povo; de uma região, de uma nação.

O São João da Thay, será então um caso de como a promoção cultural, serve como um caso exemplar para essa investigação.

O procedimento metodológico adotado neste trabalho é classificado como de caráter qualitativo do tipo bibliográfico, ou seja, uma revisão focada na pesquisa de fontes teóricas sobre a importância de eventos culturais.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos e páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na

pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (Fonseca, 2002, p. 32 *apud* Gerhart, Silveira, 2009, p. 37).

A pesquisa bibliográfica permitiu a construção de uma base teórica sólida para a discussão de conceitos e teorias sobre o tema abordado. Além disso, o trabalho incluiu uma descrição detalhada do caso analisado, proporcionando uma visão abrangente dos impactos e da relevância do São João da Thay. E para tanto utilizou-se o estudo de caso.

Segundo Ventura (2007, p. 384)

O estudo de caso como modalidade de pesquisa é entendido como uma metodologia ou como a escolha de um objeto de estudo definido pelo interesse em casos individuais. Visa à investigação de um caso específico, bem delimitado, contextualizado em tempo e lugar para que se possa realizar uma busca circunstanciada de informações.

O objeto analisado foi investigado por meio da netnografia, visando analisar como o evento consegue impactar a cultura maranhense. Por meio deste método, é possível analisar todo o conteúdo lançado de forma online, sendo em redes sociais ou sites midiáticos e jornalísticos.

Desde a edição 2022, o evento ganhou espaço no mercado publicitário, sendo transmitido ao vivo em canal aberto pela TV Mirante, afiliada da Globo Nordeste. No entanto, neste estudo focamos na edição de 2024, utilizando a análise de conteúdo como método, baseada em entrevistas publicadas em sites jornalísticos, comentários no X (antigo Twitter) e postagens de feed nas redes sociais do evento e da sua idealizadora. Nosso objetivo é entender como o evento transmite a cultura popular e o seu impacto. Para garantir uma análise representativa, coletamos conteúdos em três períodos distintos: duas semanas antes do início do evento, durante toda a sua duração, e até duas semanas após o término. Foram analisadas 10 entrevistas relevantes, selecionadas com base em três aspectos principais: o nível de participação no evento, seja como produtor cultural, personalidade maranhense ou influenciador. Além disso, analisamos de 1 *thread* no X e 10 postagens das redes sociais do evento e da sua idealizadora, priorizando conteúdos que mencionassem diretamente as tradições, danças e símbolos típicos do São João do Maranhão. Por fim, a participação de influenciadores e personalidades em conteúdos que vivenciaram o evento também foi considerada na seleção, garantindo que as postagens refletissem a importância da difusão cultural e o alcance do evento nas redes sociais.

A netnografia, método predominantemente usado para análise das mídias sociais (Santos & Gomes, 2013 apud Soares, Stengel, 2021), surgiu em função da necessidade de pesquisadores abordarem o mundo on-line em suas pesquisas (Soares, Stengel, 2021). Portanto, a abordagem adotada é exploratória, com investigação dos conteúdos veiculados em mídias sociais.

De forma a atingir o objetivo principal proposto para este estudo, esta monografia está estruturada da seguinte forma. No primeiro capítulo, apresentamos os conceitos e teorias sobre cultura popular e eventos culturais, explorando a importância destes na valorização e preservação das tradições locais. Em seguida, tratamos de conhecer o evento São João da Thay, permitindo conhecer quem é a pessoa por trás de todo evento que também leva seu nome. Por fim, no terceiro capítulo, foi apresentado o desenho metodológico e os dados coletados, focando nos impactos culturais do São João da Thay.

Espera-se, ao final desse, compreender melhor o grande impacto que o evento proporciona à cultura maranhense, como também o papel dos eventos culturais na valorização da cultura popular e oferecer insights que possam ser aplicados em outras regiões e contextos culturais, promovendo a preservação e a celebração das tradições locais.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA SOBRE CULTURA POPULAR E A VALORIZAÇÃO DAS TRADIÇÕES LOCAIS

1.1 Cultura Popular: uma caminhada de resistência

Compartilhamos do pensamento de Arantes (1981) sobre o fato de que a “cultura popular” está longe de ser um conceito bem definido, pois têm significados diferentes, considera-se ainda, a heterogeneidade onde ela está inserida, que nem mesmo as ciências humanas e especialmente a Antropologia Social, campo que se dedica ao assunto conseguiu significar. Além disso, o autor interpreta a cultura popular como um espaço de resistência contra a dominação de classes.

No Brasil, a discussão sobre a cultura popular nos revela a formação de diversos movimentos, principalmente nas periferias. Como afirma Ortiz (2001, p.13), “não é por acaso que a questão da identidade se encontra intimamente ligada ao problema da cultura popular e do Estado”. Para compreender essa ligação, é preciso traçar a evolução do conceito ao longo do tempo. No início do século XIX, na Europa, quando a cultura popular começou a desaparecer,

justamente pelas revoluções e avanço da industrialização, despertando o interesse em intelectuais europeus pelas narrativas do “povo” (folk).

Os movimentos buscavam construir uma identidade nacional, levando intelectuais a produzir e registrar todas as canções e costumes populares existentes – principalmente no meio rural – para manter viva essa identidade. Em consequência disso, em 1846, o inglês Thoms cunhou o termo *folklore* (“saber do povo”).

Em princípio no Brasil, teóricos inclinaram-se para as manifestações culturais populares, procurando a identidade da jovem nação brasileira na mestiçagem, decorrente da interação de três raças – o índio, o negro e o branco – que compunham a população,

[...] Os primeiros estudos no país procuravam detectar as contribuições específicas de uma ou de outra raça para os contos, lendas, crenças e costumes, de modo a deslindar a composição mestiça preconizada. O movimento folclórico, como ficou conhecido o esforço dos intelectuais brasileiros nesse campo, preocupou-se em traçar os contornos iniciais de uma base conceitual e de uma categorização que acompanhassem o material coletado. A evolução do campo de estudos, durante o movimento modernista brasileiro, seguiu novas orientações e ampliou o repertório, incluindo músicas, ritmos, festejos, folguedos e rituais nas investigações empíricas que se estenderam por várias regiões do país (Costa, 2015, n.p).

Ao longo do século XX, com o fortalecimento das disciplinas acadêmicas nas Ciências Humanas e Sociais, os estudos de folclore perderam sua autonomia, sendo integrados em campos como Literatura, História, Sociologia e Antropologia. Eventualmente, o termo folclore adquiriu uma conotação pejorativa, muitas vezes associado a uma noção de verdade insustentável.

Arantes (1981) questiona sobre os significados atribuídos ao termo “cultura popular” e sugere que devemos entender os dois sentidos: “a ‘cultura popular’ concebida por contraste ao termo genérico ‘cultura’ em seu uso corrente e, por outro, como suporte de uma idealização romântica da tradição”. Dessa forma, no tradicional Dicionário Aurélio de Língua Portuguesa, a palavra “cultura” é definida como “saber, estudo, elegância, esmero”. No entanto, em uma sociedade estratificada em classes, “cultura” muitas das vezes retoma o sentido do “ser culto”, uma visão alimentada por intelectuais de academias e universidades como a forma mais correta e adequada de pensar e agir que, frequentemente legitimado, muitas vezes de maneira indireta e implícita, por escolas, igrejas, museus e meios de comunicação de massa, reforçando a supremacia desse “saber” sobre os demais.

Essa ambivalência em relação ao que é diferente e, especialmente, ao que é identificado com "povo", por parte daqueles que tomam para si e para os seus a tarefa de catequizar o resto da sociedade, não decorre apenas do desconhecimento da beleza, eficácia e adequação insuspeitadas do que lhes é culturalmente "alheio". Na verdade,

essas atitudes contraditórias em relação a "cultura popular" resultam em grande medida do seguinte paradoxo (Arantes, 1981, p.13).

De modo a elucidar essa diferença, o autor exemplifica como, nas sociedades capitalistas, o trabalho manual e o trabalho intelectual são vistos como funções distintas. Por exemplo, o prestígio, salário e poder entre um arquiteto e mestre de obras. A separação entre “fazer” e “saber” não é natural, mas resulta de um contexto onde a sociedade tende a considerar o trabalho intelectual como superior ao manual. Assim, para muitos, o “popular” está associado apenas ao “fazer” e desprovido do “saber”. Então, chegamos ao paradoxo trazido pelo autor, pois é justamente a partir desse “fazer” que expressamos e reafirmamos simbolicamente a identidade nacional; são esses modos populares de pensar e agir, considerados simples e caipiras, que reproduzimos em nossas festividades.

Além disso, tanto "cultura popular" quanto "folclore" são frequentemente vistos como expressões culturais dos segmentos menos favorecidos e afastados do poder político e econômico. Essa perspectiva persistiu por muito tempo, gerando contrastes como erudito versus popular, moderno versus tradicional, e hegemônico versus subalterno. Canclini (2013) introduz a cultura de massa nesse debate, associando o termo "popular" tanto à ideia de povo quanto à popularidade, referindo-se ao que agrada a muitos e alcança altos índices de venda, principalmente devido às ações promocionais da indústria cultural. Essas diferentes interpretações alimentam a discussão entre tradição e inovação. O popular associado aos segmentos sociais não influenciados pelo cosmopolitismo das elites e focado na preservação das tradições baseia-se na continuidade das expressões culturais, memória e identidade cultural. Em contraste, o popular produzido pela indústria cultural sofre de rápida obsolescência, sempre priorizando o novo.

A herança cultural de uma determinada região está presente em religiões, expressões artísticas no geral, resultante do desenvolvimento histórico do local. Um dos exemplos dessa propagação, dentre tantos outros, são as festas juninas, e de modo particular o São João do Maranhão, que apesar de terem assumido novos formatos, elas (as festas juninas) permanecem como festividades populares ligadas a elementos sagrados e míticos, como o Bumba Meu Boi, o Tambor de Crioula, o Cacuriá e tantos outros símbolos...

Comemora-se o ciclo junino na casa, na rua, com a família, com amigos, em grupos, em praças públicas ou em arenas festivas privadas. A partir, sobretudo dos anos 1970, esse novo desenho das festas do ciclo junino começou a ser esboçado pela iniciativa de prefeituras, empresas, comerciantes e de segmentos dos governos dos estados como Bahia, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe, que passaram a investir na espetacularização das festas juninas como estratégia de projeção midiática e turística das cidades. (Castro, 2012, p. 22)

Segundo Duvignaud (1983 apud Castro, 2012 p.40), as festas se configuram como eventos que determinam uma ruptura da vida social caracterizada pela produção de um tempo e de uma forma de vivência momentaneamente alternativos ao cotidiano burocratizado e normatizado pelas regras de conduta social. Nessas festas, as pessoas da própria comunidade tornam-se os reis e rainhas da celebração, como o “miolo”, a pessoa que fica embaixo da fantasia do boi, a estrela da festa.

Para Duvignaud (1983, *apud* Castro, 2012, p.40):

Existem as festas de participação e de representação; enquanto as primeiras congregam a comunidade, nas segundas há uma separação entre os protagonistas da trama festiva e os espectadores. [...] as festas juninas da atualidade seriam eventos híbridos e complexos que reuniriam elementos da representação e da participação.

Tais eventos, planejados pela comunidade, produtores culturais ou prefeituras, permitem que a população participe ativamente ou apenas como espectadora da tradição local. Por isso, a importância da participação dos indivíduos na existência e manutenção da cultura.

1.2 O papel da comunicação na construção e preservação da cultura popular: folkcomunicação

O desejo crescente pelas vivências do povo e suas expressões culturais começou a ganhar destaque no Brasil na década de 1970, quando os intelectuais passaram a se interessar mais pelos grupos marginalizados – as minorias sociais – e suas formas de comunicação e cultura. O jornalista, professor e escritor brasileiro Luiz Beltrão (1918-1986) foi pioneiro ao contribuir à área de Comunicação com o conceito de Folkcomunicação, ao qual define como manifestações da cultura popular que se tornam, simultaneamente, formas e meios de comunicação, que nem sempre dependem ou pressupõem a inserção nos circuitos integrados das indústrias de produção cultural e de mídia da contemporaneidade.

Para entender melhor o conceito elaborado pelo autor, é, portanto, necessário conhecer o contexto sociocultural e econômico em que a teoria foi desenvolvida. Durante o regime militar, o Brasil passou por um grande investimento em infraestrutura tecnológica e comunicacional, com o objetivo de integrar todo o território nacional. O governo pretendia usar os meios de comunicação para promover a unidade nacional, mas, conforme Beltrão destacou, essa comunicação não alcançou toda a população de maneira uniforme. Barreiras culturais,

econômicas e geográficas dificultam a propagação das mensagens, fazendo com que ele chamasse de dois “Brasis”: os grupos organizados e não organizados.

Os grupos organizados eram formados por elites que detinham poder econômico e político, além de dominarem uma cultura considerada erudita. Já os não organizados incluíam massas urbanas e rurais de baixa renda, que não conseguiam interpretar as mensagens difundidas pelos meios de comunicação de massa.

Excluídos dos sistemas de comunicação social, e não podendo – pela própria condição humana – dispensar o intercâmbio de mensagens culturais, integrariam sem dúvida um outro complexo de procedimentos, modalidades, meios e agentes elaboradores e emissores de mensagens, ao nível de sua vivência, experiência e necessidades, e expressivas de sua ideologia, aspirações e opiniões. Seria através desse outro sistema que as camadas sociais identificadas como carentes intercambiariam elementos de informação, educação, incentivo à melhoria material e espiritual de sua vida, e, afinal, de entretenimento e sonho adequado às condições socioeconômicas do seu dia-a-dia. (Beltrão, 1980, p. 23 *apud* Almeida, 2018, p. 129-130).

Graças, pois, aos estudos de Beltrão, tornou-se possível identificar que por pertencerem à margem desse sistema, esses grupos desenvolvem suas próprias formas de comunicação, baseadas em suas realidades e tradições. Esse sistema de comunicação próprio, enraizado no folclore e cultura popular, foi o objeto de estudo que Luiz Beltrão investigou durante anos, identificando como essas manifestações funcionavam como um elo entre os excluídos e as esferas de poder.

Partindo da mudança de realidade, no Brasil do século XXI, convida-nos a discutir a Folkcomunicação nos dias atuais e sobre a pertinência dos estudos de Beltrão, sobretudo diante de uma sociedade, cada vez mais, midiaticizada. (Almeida, 2018, p. 138). Porém, estudiosos entendem que:

Importa-nos, porém, ressaltar que buscar a compreensão da teoria folk não tem relação com sua atualização, pois consideramos o tempo e o espaço em que ela foi pensada e elaborada. Entendemos, porém, que os fundamentos desta teoria sejam aplicáveis aos nossos dias porque seu objetivo sempre foi questionar as demandas sociais que envolvem as minorias, sejam econômicas, políticas, sociais, culturais, etc. Por oportuno, buscamos um olhar atual das dinâmicas desses grupos, a partir da redemocratização ocorrida em nosso país, a partir de 1988, com a promulgação da Constituição Federal, que garantiu direitos, tirando da segregação os grupos que viviam apartados socialmente (Almeida, 2018, p. 141).

Pois, sabemos que os sistemas hegemônicos se mantêm, e por isso, os grupos hoje chamados de minorias sociais, sempre vão buscar nos meios de comunicação popular uma forma de apresentar sua cultura. Essa redemocratização e o acesso à tecnologia possibilitaram uma nova forma de representação cultural. As minorias, antes invisibilizadas, agora utilizam as

mídias digitais para compartilhar suas histórias e vivências, conectando-se a uma audiência global. A emergência de plataformas digitais reconfigura a relação entre cultura e comunicação, permitindo uma rearticulação das vozes marginalizadas. A folkcomunicação, portanto, é um campo extremamente complexo, interdisciplinar – necessariamente – que engloba em seu fazer saberes vários, às vezes até contraditórios, para atingir seus objetivos e dar conta de seu objeto de estudo (Hohlfeldt 2013, *apud* Almeida, 2018, p. 132).

Dessa forma, as mídias digitais não só facilitam a preservação das culturas populares ao registrar e divulgar essas tradições, como também permite sua ressignificação e adaptação ao contexto contemporâneo, sem, no entanto, perder a essência das manifestações culturais originais. Nesse sentido, Thaynara Og exemplifica essa nova configuração. Pois, além de promover a cultura maranhense, também a coloca em espaço global. Thaynara vai além de ser uma mera influenciadora, ela se torna uma líder cultural, ou, como Beltrão identificava em seus estudos: líder folk, como demonstraremos no próximo capítulo, na descrição da idealizadora do evento.

Conseguimos visualizar, então, que os estudos comunicacionais de Beltrão partem do pressuposto de que havia um sistema de comunicação dominado pelas classes hegemônicas, e que as classes subalternas criavam suas formas de expressão. Hoje, com a interconexão global das culturas, os pesquisadores estudam como elas coexistem, se confrontam ou se ignoram (Canclini, 2009, p. 16)

Sob a perspectiva de Canclini (2009, p. 16), a globalização tecnológica interconectou o planeta, reconfigurando as relações entre cultura e comunicação. Se antes as minorias dependiam exclusivamente das tradições para se expressar, hoje, novos canais digitais permitem uma interação mais ampla e, de forma expandida.

De acordo com os estudos do autor, os debates sobre cultura costumavam adotar uma perspectiva “multicultural”, que se referia à justaposição de diferentes etnias ou grupos dentro de uma cidade ou nação (Canclini, 2009, p. 17). Nesse contexto, os grupos Folk puderam ser incluídos, já que o multiculturalismo corrige as distinções entre culturas, mas, ao mesmo tempo, reforça a marginalização de certos grupos sociais. Atualmente, porém, as discussões culturais se inclinam para a ideia de interculturalidade, como o próprio Canclini ressalta ao comparar essas abordagens:

Em contrapartida, a interculturalidade remete à confrontação e ao entrelaçamento, àquilo que sucede quando os grupos entram em relação de troca. Ambos os termos implicam dois modos de produção do social: multiculturalidade supõe aceitação do heterogêneo; interculturalidade implica que os diferentes são o que são, em relações de negociação, conflito e empréstimos recíprocos (Canclini, 2007, p. 17).

O autor também estuda as perspectivas sobre o significado de cultura, para ele, a cultura apresenta-se como processos sociais¹. Parte da dificuldade em abordar esse conceito é o fato de que ela se produz, circula e se consome dentro da história social, o que reforça a importância dos estudos sobre recepção e apropriação de bens e mensagens nas sociedades contemporâneas. Esses estudos demonstram como um mesmo objeto cultural pode ser ressignificado por meio de diferentes usos e reapropriações sociais. Além disso, ao interagirmos uns com os outros, adquirimos um caráter intercultural.

Canclini destaca algumas tendências sobre esses processos sociais de significação da cultura. Uma dessas tendências é que, num contexto de comunicação globalizada, as sociedades se apropriam de repertórios disponíveis no mundo para se inserirem nas relações sociais contemporâneas. Ele também reforça que a cultura não deve ser vista como algo superficial ou secundário, como um entretenimento casual ou uma forma de distração para os momentos de lazer.

A cultura não é um suplemento decorativo, entretenimento dominical, atividade de ócio ou recreio espiritual para trabalhadores cansados, mas algo constitutivo das interações cotidianas, à medida que no trabalho, no transporte e nos demais movimentos comuns se desenvolvem processos de significação. Em todos estes comportamentos estão entrelaçados a cultura e a sociedade, o material e o simbólico (Canclini, 2009, p. 45).

Por isso, observa-se a visão do autor quando se coloca a interculturalidade como essencial nesse processo, para entender a sociedade, além de possibilitar uma nova perspectiva sobre as questões culturais. Isso se deve ao fato de que as culturas convivendo e negociando seus espaços de maneira recíproca, criando novas formas de interação e se integrando ao cotidiano das pessoas.

O objeto de estudo dessa pesquisa, o São João da Thay, exemplifica essas transformações. Inicialmente o que seria um jantar entre personalidades, com o objetivo de promover a cultura maranhense, a ideia se expandiu para um dos maiores festivais culturais do Brasil. Através das mídias digitais, o evento conecta tradições locais com uma audiência global, conectando artistas locais e nacionais, além de compartilhar suas tradições, culinária, dança e música, promovendo uma troca intercultural com milhares de pessoas.

¹ “Pode-se afirmar que a cultura abarca o conjunto dos processos sociais de significação ou, de um modo mais complexo, a cultura abarca o conjunto de processos sociais de produção, circulação e consumo da significação na vida social” (Canclini, 2009, p.41).

Portanto, podemos concluir que, com a redemocratização do Brasil e a globalização, as formas de produção cultural mudaram, especialmente no que se refere às minorias. Observamos também que as mídias digitais trouxeram novas oportunidades de visibilidade, mesmo que um sistema de comunicação hegemônico ainda persista. A Folkcomunicação, que antes se limitava às expressões populares tradicionais, agora se expande – com as atualizações necessárias – para o ambiente digital, permitindo que as práticas culturais sejam recriadas e adaptadas. Tanto a Folkcomunicação, de Beltrão, quanto a interculturalidade, de Canclini, nos permitem compreender os processos para a construção de uma comunicação capaz de preservar e promover a cultura popular. Pois, “os estudos comunicacionais consideram, quase sempre, que ter cultura é estar conectado” (Canclini, 2009, p.16). O São João da Thay, nesse contexto, se concretiza como aplicação contemporânea dessas teorias, mostrando como a comunicação popular e a troca cultural podem criar entre as tradições culturais e a interculturalidade, ampliando os espaços de visibilidade e reconhecimento das minorias.

2 CONHECENDO O EVENTO SÃO JOÃO DA THAY

As festas juninas, desde o seu surgimento até os dias de hoje, mantêm-se no calendário nacional como festas grandiosas, ainda que sofram modificações que ocorrem ao passar do tempo. O São João do Maranhão, segue como umas das maiores comemorações juninas do Brasil, classificada como megaevento, o qual se enquadra no conceito:

[...] associado à criação de infraestrutura e comodidades para o evento, frequentemente tendo débitos a longo prazo e sempre requerendo uso programado com bastante antecedência. Um megaevento, se bem-sucedido, projeta nova (ou talvez renovada) e persistente imagem positiva da cidade –hóspede por meio da mídia nacional e internacional, particularmente por cobertura de televisão. É frequente haver consequências a longo prazo em termos de turismo, relocação industrial e entrada de investimentos. Como resultado, os governantes e organizadores de eventos costumam falar que megaeventos ajudam a nomear necessidades econômicas e culturais e direitos dos habitantes locais, embora não vejam, de fato, se os cidadãos foram consultados sobre a sua realização. Esta atividade é considerada uma produção social [sic] (Matias, 2002, *apud* Almeida, 2018, p. 32).

Com base nessas características, podemos afirmar que o São João do Maranhão, e especificamente o São João da Thay, enquadra-se como um megaevento. Destacamos que, durante a festa, toda uma infraestrutura para a comodidade da mesma é projetada, pois se trata de um acontecimento que ganha repercussão na mídia local e nacional.

Inserido nesse contexto, o São João da Thay, criado em 2017 pela influenciadora digital Thaynara OG, se estabeleceu como uma das principais expressões culturais contemporâneas do

Maranhão. O evento, idealizado inicialmente com o objetivo de celebrar a cultura maranhense e arrecadar doações para instituições locais, cresceu em importância e em estrutura, consolidando-se como um megaevento que mobiliza a mídia e atrai um público nacional e internacional.

Figura 1 - Thaynara OG na primeira edição do São João da Thay em 2017



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2017

A edição de 2024 marcou a sexta edição do evento, que agora se estende por três dias, reforçando seu papel de destaque entre os maiores eventos culturais do Nordeste brasileiro. Mais de 200 influenciadores de diferentes estados, são escolhidos a dedo por Thaynara, que faz questão de salientar que não opta por ninguém pelo número de seguidores. Segundo ela, "Opto sempre por influenciadores que têm uma causa a defender, ou se envolvem na causa social do São João da Thay. Na minha lista de convidados também costumo incluir muita diversidade, pessoas com deficiência, influencers de diferentes estados brasileiros, para conhecerem e enaltecerem a cultura do nordeste", demonstrando seu compromisso com questões sociais e com a valorização da cultura nordestina em sua entrevista para a revista digital *Quem*.

Figura 2 - Influenciadores nos Lençóis Maranhenses



Fonte: Instagram @thaynaraog, 2024

O palco da festividade deste ano homenageou a capital maranhense, conhecida como “Cidade dos Azulejos”, e expandiu a visibilidade da cultura local para além das fronteiras regionais. O palco principal, onde acontecem as maiores apresentações, foi decorado com o formato dos famosos azulejos de São Luís – patrimônio cultural da cidade. As cores azul, vermelho e verde, harmoniosamente combinadas, deram vida ao São João da Thay, que conseguiu unir o Bumba-meu-boi – do Grupo Folclórico de Bumba Meu Boi do Maranhão –, e os rivais do festival de Parintins, o Boi Garantido e o Boi Caprichoso. A celebração aos sons das matracas maranhenses e toadas dos Bois Bumbás resgatam a origem do folclore das regiões vizinhas.

“A gente vai passar essa mensagem com apresentação do Boi Bumbá de Parintins juntando com Bumba Meu Boi do Maranhão para mostrar que apesar de parecer que nós somos muito diferentes em cada festival, o folclore merece ser enaltecido”, fala a influenciadora com entusiasmo, destacando a potência do Maranhão.

Figura 3 - Bois Bumbás de Parintins no palco do São João da Thay 2024



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2024

Com uma estrutura monumental, o evento contou com um palco de 100 metros de comprimento, telões espalhados pelo espaço e cenografia inspirada nos azulejos tradicionais portugueses de São Luís, reunindo até 15 mil pessoas no Espaço Reserva, uma das maiores áreas para eventos na cidade. A própria Thaynara enfatiza o crescimento do evento e seu objetivo de colocar São Luís no mapa dos grandes eventos culturais do Nordeste.

Figura 4 - Palco com cenografia dos azulejos e Espaço Reserva



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2024

Na edição de 2023, o investimento que girava em torno de R\$ 5 milhões, a influenciadora comentou sobre a insegurança em conseguir patrocínio, convidados e um line-up legal após um hiato de dois anos devido a pandemia, chegou até investir quase R\$ 2 milhões do próprio bolso para a realização do evento. Segundo ela, "Me fere muito ler quando acham que eu faço o evento pra ganhar dinheiro, sendo que é o contrário. É o momento da minha carreira, da minha trajetória, onde eu mais invisto o dinheiro do meu bolso pra fazer acontecer". Este ano, o investimento estimado para a festa será mais que o dobro do ano anterior.

Com apoio de grandes empresas, entre elas Amazon, Vivo, Garoto, Bic, Beefeater, Petite Jolie, Neutrogena dentre outras, revelam o sucesso da 6ª edição da festa, ao investirem e participarem ativamente com stands no local.

Figura 5 - Ativação Amazon nos Lençóis Maranhenses durante o evento



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2024

Figura 6 - Ativação Bic durante o evento



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2024

Com uma programação cultural rica e diversificada, com shows completos de Alceu Valença, Wesley Safadão, Zaynara e Pablo Vittar, além da participação especial do ator e cantor mexicano Christian Chaves, reforçando o caráter internacional do evento. Outros convidados, destacam-se Fafá de Belém, DJ Felipe Mar, Boi Caprichoso, Boi Garantido, Tutuca Viana, Fabiana Alves, DJ Fuega, DJ Léo Picon e João Lucas, trazendo uma diversidade de estilos musicais e culturais.

Figura 7 - Ator e cantor mexicano Christian Chaves no palco



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2024

O festival também celebrou as tradições folclóricas do Maranhão, com apresentações de grupos como Boi de Morros, Matutos do Rei, Boi de Leonardo, Boi de Sonhos, Cacuriá de Dona Teté (Cacuriá Balaio de Rosas)² e Coco Pirinã, reafirmando o compromisso com a preservação e promoção da cultura popular local.

² Conhecido pela coreografia sensual e músicas de duplo sentido, o Cacuriá é uma dança inspirada no Carimbó das Caixeiros, tradição realizada ao final da festa do Divino Espírito Santo. Desde o dia 13 de junho de 2024, o grupo passou a se chamar Cacuriá Balaio de Rosas.

Figura 8 - Grupo Folclórico Cacuriá de Dona Teté



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2024

As festividades começaram muito antes dos dias 7 e 8 de junho. No dia 3 de junho, influenciadores e convidados chegaram em Barreirinhas-MA, dando início à experiência do evento com a visita e um luau nos Lençóis Maranhenses, movimentando o turismo e economia da região. Após dois dias imersos no Patrimônio Mundial da Unesco, os influenciadores retornaram à capital maranhense para a formatura da primeira turma da “Academia de Vida”, projeto criado por Thaynara OG e Ana Paula Xongani que capacitou 80 jovens em áreas como redes sociais, empreendedorismo, saúde física e mental.

“Meu São João sempre apoiou projetos sociais por meio das doações, mas tive o sonho de ter um projeto próprio voltado para crianças e adolescentes. Além de serem o futuro do país, eles são a parcela mais vulnerável da população, onde os problemas sociais têm um impacto intenso, exigindo cuidado especial.”, disse Thaynara, para a revista Veja.

Figura 9 - Thaynara OG e Ana Paula Xongani com parte dos alunos do curso de Roberta Freitas



Foto: Agnews/Léo Franco

A programação também incluiu um jantar oferecido na noite de quinta-feira, dia 6 de junho, no imponente Convento das Mercês, um prédio tombado de 1654, localizado no centro histórico de São Luís. O evento foi marcado por muita música e danças de Bumba Meu Boi, proporcionando aos convidados uma experiência imersiva nas tradições culturais do Maranhão.

Figura 10 - Influenciadores no jantar



Fonte: Instagram @saojoaodathay, 2024

Um detalhe que merece destaque, é a habilidade de criar uma identidade singular através da dos espaços personalizados com os bordões usados por Thaynara OG nas redes sociais, como "Vencendo na Vida", "Amizade Sincera" e "Eu fui, eu tava". Reflete uma estratégia de comunicação que conecta o público com a personalidade da anfitriã e cria uma atmosfera de pertencimento e proximidade, observa-se também o papel de Thaynara OG como líder folk que traduz e facilita a comunicação (tema de que nos ocuparemos na seção 2.1). O “Espaço Vencendo na Vida”, por exemplo, oferece uma experiência privilegiada, reforçando o conceito de sucesso e prestígio, enquanto o “Amizade Sincera” incorpora o caráter solidário do evento, com a troca de ingressos por doações de alimentos. O "Eu fui, eu tava", por sua vez, remete ao senso de participação e pertencimento, permitindo que o público se sinta parte de algo maior.

Figura 11 - Mapa do local do evento



Fonte: Divulgação/São João da Thy

Além da criação de uma identidade marcante através desses espaços, o São João da Thy, como as tradicionais festas juninas do Maranhão, restaura, anualmente, a afirmação do território e cultura maranhense. Ao mobilizar estruturas econômicas, políticas e culturais para sua realização, o evento se transforma em um megaevento que transcende o entretenimento e passa a ser considerado um fato social. Fatos sociais 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” (Durkheim, 1974, apud Almeida, p. 52). A coerção simbólica envolvida na prática do folclore, onde costumes e tradições são ensinados e transmitidos de geração em geração, reforça a importância do evento como um mecanismo de preservação cultural. Contudo, o São João da Thy vai além dessa função ao não apenas promover a cultura popular, mas também fundi-la de forma a integrá-la à dinâmica social local. O evento cria um ambiente que combina entretenimento, solidariedade e valorização cultural, ampliando seu impacto para além do folclore.

A edição de 2024 não apenas consolidou o São João da Thy como um evento de grande relevância no cenário cultural do Maranhão, mas também chamou a atenção do mercado publicitário e da mídia nacional e internacional. Esta pesquisa, portanto, aprofunda-se na análise

da edição de 2024, buscando entender de que forma o evento contribui para a difusão e valorização da cultura popular e o impacto social na comunidade.

2.1 Thaynara Og: a idealizadora maranhense

Uma filha orgulhosa do Maranhão. Thaynara Oliveira Gomes, conhecida como Thaynara OG, é uma das personalidades mais influentes da internet brasileira. Nascida em São Luís, Maranhão, desde pequena, sempre demonstrou interesse pela comunicação e pela arte, participando de peças de teatro na escola e fazendo vídeos caseiros com amigos. Além de advogada, Thaynara OG é influenciadora digital, apresentadora e empresária, ocupando uma posição relevante no cenário midiático nacional.

Figura 12 - Thaynara OG



Fonte: Instagram Thaynara OG, 2024

Em 2015, quando, ainda na faculdade de direito, começou a produzir conteúdos no Snapchat, plataforma de vídeos em que começou a compartilhar o seu dia a dia e da família

OG. Seu jeito autêntico, marcado pelo humor e criatividade, conquistou rapidamente um grande público. Hoje, Thaynara OG ultrapassa mais de 6 milhões de seguidores nas redes.

Sua potência no mercado publicitário é nítida. Já estampou campanhas e participou de ações de diversas marcas, como Coca-Cola, Disney, Chevrolet, Bradesco, Magazine Luiza, Itaú e Niely.

Mas a presença de Thaynara OG não se resume à internet. Thaynara aprendeu a explorar sua visibilidade em outras mídias, participando de programas televisivos como *Encontro com Fátima Bernardes* e *Caldeirão do Huck*, além de estrelar seu próprio programa, *Minha Vida é Kiu*, no canal GNT. Em 2018, estreou como repórter no programa *Saia Justa* do GNT, participando também de programas como *Criança Esperança* e *TVZ*. No cinema, integrou o elenco de filmes como *Amor.com*, *Pai em Dobro* e *Internet: O Filme*. Em 2024, estreou o comando do novo game show *Território 4.0*, no Canal Futura, em parceria com Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) e Serviço Social da Indústria (SESI). A diversidade de suas participações demonstra sua capacidade de se reinventar e se adaptar a diferentes formatos midiáticos, consolidando sua imagem pública em múltiplos meios de comunicação.

A atuação se estende também ao campo social, desde 2020, a maranhense é embaixadora do Fundo das Nações Unidas (UNICEF), cargo que exerce de forma integral, com colaboração além das redes sociais, fazendo questão de estar em campo nas atividades em prol das crianças beneficiadas pela instituição. Esse engajamento reforça o papel do influenciador, capaz de mobilizar sua audiência em torno de causas de grande relevância.

O sonho se transformou em realidade, em 2017, Thaynara realizou a primeira edição do São João da Thay em São Luís, com o objetivo de enaltecer a cultura maranhense e arrecadar doações para instituições locais. Agora, diante da sua 6ª edição, o evento ganhou proporções maiores e se consolidou como um dos principais festivais culturais do Maranhão, sendo um dos eventos aguardados do ano, reunindo personalidades e artistas nacionais e internacionais. Apoiado pelo UNICEF, a renda do evento é destinada em benefício das atividades da organização, reafirmando o compromisso da influenciadora com as causas sociais.

A sua paixão pela comunicação e cultura maranhense se tornou um aspecto central de sua atuação, e, viu a internet mudar a sua vida "A internet mudou tanto minha vida, que hoje eu me vejo como um instrumento para mudar a vida das pessoas", disse Thay ao receber o Prêmio Ecoa.

É fato que a comunicação é uma necessidade intrínseca ao ser humano, comunicamos porque necessitamos compartilhar experiências, conhecimentos, desejos e decisões

(Almeida, 2018, p. 121). Nesse contexto, a cultura e comunicação do Maranhão estão presentes em todos os aspectos da vida e do trabalho de Thaynara OG, reforçando a sua identidade e propósito, que nos leva a compreender o seu papel como uma líder da cultura maranhense. Conforme observamos, as roupas utilizadas nas edições de *São João da Thay* são cuidadosamente escolhidas para homenagear símbolos importantes da região, como os famosos azulejos de São Luís, capital nacional do reggae e as paisagens dos Lençóis Maranhenses, como também os elementos e expressões linguísticas do estado. Usaremos o conceito de líder folk de Luís Beltrão, por entender que este nos leva ao imprescindível entendimento sobre o papel realizado por Thaynara Og na expansão do São João da Thay, como também da cultura popular maranhense.

Desde o século passado, pesquisas demonstram que o contato face a face tem grande influência sobre as pessoas. Luiz Beltrão, ao estudar os processos comunicacionais das manifestações populares brasileiras, identificou a presença de líderes de opinião que mantêm um “fluxo de comunicação em dois estágios: dos meios aos líderes e destes aos seus amigos mais próximos” (Beltrão, 1980, p. 31 *apud* Almeida, 2018, p.132).

Ao desenvolver a teoria da folkcomunicação, Beltrão se inspirou nos estudos de comunicação de massa de Paul Lazarsfeld, que introduziu o conceito de líder de opinião. Lazarsfeld-Berelson-Gaudet, nos anos 1940, descobriram que a mídia de massa não influenciava diretamente o público, mas sim através de líderes de opinião. Esses indivíduos, mais informados e conectados aos meios de comunicação, retransmitiam e interpretavam as mensagens, moldando comportamentos e decisões.

Ao observarmos os estudos de Lazarsfeld, os líderes de opinião influenciavam áreas como consumo, política e entretenimento, mas sem um compromisso direto com causas de grupos marginalizados. Seu papel era mediar o acesso à informação, sem uma ligação com a preservação de culturas ou tradições locais.

Diferentemente de Beltrão, ao observar a realidade brasileira, percebeu que a influência da comunicação de massa era mediada pelos líderes de opinião nas discussões em grupos comunitários. Nesses contextos, esses líderes não apenas retransmitiam informações, mas também adaptavam as mensagens de acordo com as tradições e valores locais. Além disso, Beltrão identificou uma figura com um papel mais engajado socialmente: o líder folk, que, além de retransmitir informações, atuava na preservação e promoção da cultura popular, especialmente em comunidades marginalizadas.

O contexto histórico, pesquisado por Beltrão, evidenciava que os esforços da grande mídia se direcionavam a alcançar uma massa e os vários estudos que existiam sobre ela se importavam somente com esse fenômeno - a comunicação de massa. No entanto, “a principal influência da comunicação de massa é secundária, pois decorreria da discussão da mensagem no grupo” (Beltrão, 1980, p. 30) e os estudos da folk, justamente por serem voltados para um coletivo, evidenciavam e percebiam a comunicação nos grupos formados em ambientes comunitários, a partir de discussões fomentadas por um líder de opinião (Almeida, 2018, p.132).

Os líderes se destacam na comunidade por serem conhecedores de temas relevantes, atuarem como mediadores entre a comunicação de massa e seus pares, terem boa mobilidade para participar de eventos informativos e dominarem convicções filosóficas adquiridas por meio de suas tradições culturais. Essa identificação dos agentes comunicadores folk reforça a existência de outros fluxos de informações.

Para Melo (1999, *apud* Guaraldo, 2008, p. 5), Luiz Beltrão avançou as ideias do paradigma do "two step-flow-of-communication" de Lazarsfeld e Katz ao propor uma visão mais complexa do fluxo comunicacional. Enquanto Lazarsfeld e Katz enfatizavam um caráter linear e individualista, centrado na persuasão dos líderes de opinião, Beltrão introduziu a noção de interação bi-polar, que considera o feedback dos agentes populares em contato com os meios massivos. Essa perspectiva revela a natureza coletiva do fenômeno comunicacional, onde a reinterpretação das mensagens não se limita à leitura individual das lideranças, mas também incorpora um sentido de coesão grupal. Assim, as mensagens capturam os signos da mudança social, especialmente em sociedades que enfrentam desafios ambientais e necessitam se transformar para sobreviver.

Logo, a trajetória de Thaynara OG ilustra a convergência entre esses papéis. Ao criar o evento São João da Thay, ela assume a função de líder folk, dando visibilidade à cultura maranhense e aos grupos marginalizados, enquanto também atua como líder de opinião, influenciando o comportamento de seus seguidores através da internet. Thaynara exerce um papel mediador entre a mídia e a cultura popular, utilizando plataformas digitais como Instagram, TikTok e YouTube para ampliar o alcance do São João da Thay.

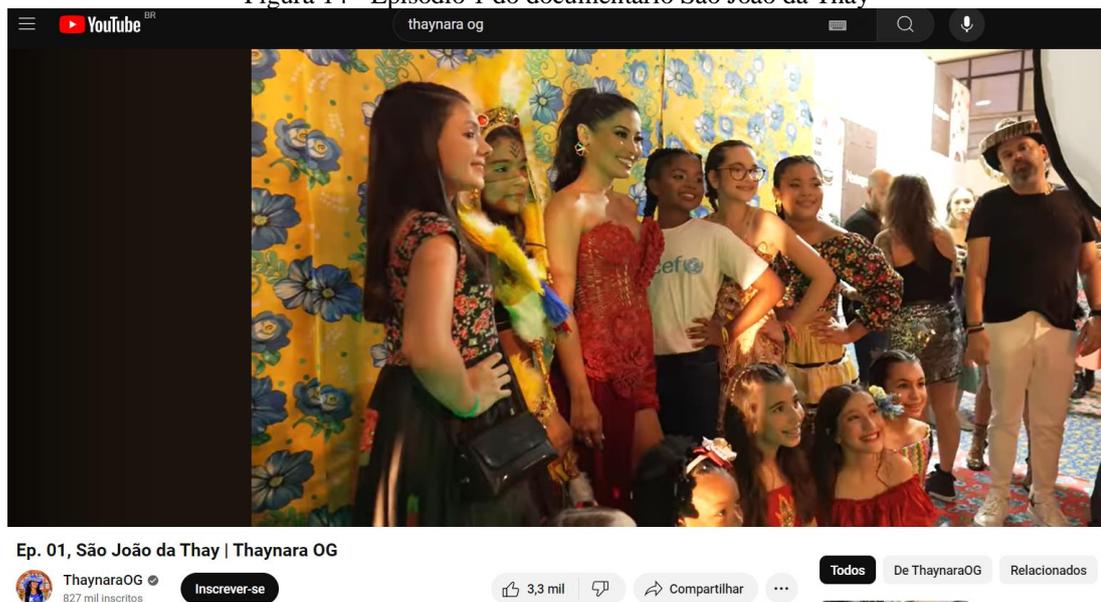
Por meio dessas redes sociais, Thaynara OG compartilha elementos culturais de maneira acessível e atrativa, possibilitando que um público amplo, muitas vezes distante geograficamente e culturalmente, tenha contato com essas manifestações populares. Esse processo de mediação a transforma em uma figura de referência que traduz e facilita a compreensão das tradições culturais de sua região.

Figura 13 - Publicação no Instagram da Thaynara OG



Fonte: Instagram da Thaynara OG, 2024

Figura 14 - Episódio 1 do documentário São João da Thay



Fonte: Canal do Youtube da Thaynara OG, 2023

Portanto, sua atuação como influenciadora digital, combinada à organização do São João da Thay, representa um compromisso sólido com a promoção da cultura maranhense e fortalece seu papel como agente de transformação social. Ao transitar entre o regional e o global, o tradicional e o contemporâneo, Thaynara OG consolida-se como uma líder cultural e uma importante mediadora entre a cultura popular e os novos meios de comunicação.

3 METODOLOGIA

A metodologia foi construída a partir da perspectiva qualitativa, e para tanto foi adotado a pesquisa bibliográfica, a netnografia e a análise de conteúdo aplicadas devidamente ao momento em que lhes é pertinente. Em ordem, a pesquisa bibliográfica pauta a busca pelas teorias que se encaixem na abordagem proposta. O principal objetivo é procurar em livros, revistas e artigos uma variedade de conceitos que embasam a discussão de forma lógica e organizada (Gil, 2002).

Para complementar, considerando a novidade que são as redes sociais em relação à pesquisa científica, é necessário acrescentar procedimentos que levem em conta a importância da internet para o resultado, de modo ainda, que esta pesquisa ocorreu depois da realização do evento. Desta forma, a netnografia desponta como indicada para a trilha metodológica. É interessante mencionar que, assim como a pesquisa bibliográfica, a netnografia precisa de um planejamento prévio, dado o volume de informações dispostas na rede.

Em netnografia tem-se a possibilidade de encurtar as distâncias entre tempo e espaço, devido à própria dinâmica da Internet, em que os agrupamentos sociais estão dispostos em rede. Tais agrupamentos podem funcionar somente no espaço online, como também podem coexistir fora dele, no espaço offline. O que é interessante perceber na apropriação dos pressupostos da etnografia é o caráter investigativo e de observação da realidade do outro que continua presente na netnografia. (Silva, 2015, p. 342)

A netnografia, por sua vez, conecta-se diretamente à etnografia, método essencial para compreender o significado social das manifestações culturais. Como Hobbs (2006, apud Kozinets, 2014) destaca, a etnografia envolve múltiplas abordagens, desde a observação participante até entrevistas e análise documental. Esse aspecto foi fundamental para compreender a dinâmica do evento e a forma como ele articula tradição e inovação.

Além disso, a análise de conteúdo foi utilizada para examinar os materiais coletados, organizando-os em categorias e permitindo uma interpretação sistemática das mensagens compartilhadas. De acordo com Bardin (2016, p. 123-131), essa abordagem ocorre em três etapas principais: a pré-análise, onde o material é selecionado e categorizado; a exploração do conteúdo, na qual os dados são examinados com base nos critérios estabelecidos; e a fase final de tratamento, onde os achados são interpretados e contextualizados dentro do escopo do estudo. Seu principal objetivo é identificar padrões, categorias e significados explícitos e implícitos nos dados analisados, sejam eles textos, discursos, imagens ou qualquer outro material simbólico. No presente trabalho, a análise de conteúdo foi aplicada a entrevistas,

postagens e vídeos, permitindo identificar padrões discursivos que evidenciam a promoção e a preservação da cultura popular maranhense.

Os conteúdos selecionados foram divididos em três categorias orientadoras, sendo elas: i) entrevistas dos participantes e convidados em canais midiáticos; ii) publicações nas redes sociais do evento e da sua idealizadora; iii) conteúdo na rede social X (antigo Twitter). Para garantir uma análise representativa, a coleta de dados ocorreu em três momentos distintos: duas semanas antes do evento, durante toda a sua realização e até duas semanas após seu encerramento. Foram analisadas 10 entrevistas com personalidades envolvidas no evento, incluindo produtores culturais, influenciadores e representantes da cultura maranhense. Além disso, examinamos postagens nas redes sociais do evento e de sua idealizadora, incluindo uma thread no X (antigo Twitter) e 10 publicações que destacavam diretamente elementos da tradição junina, como danças e símbolos típicos do São João do Maranhão. A participação de influenciadores e personalidades que vivenciaram o evento também foi considerada na análise, com o objetivo de captar o alcance e a relevância da difusão cultural promovida pelo festival.

4 O IMPACTO DO SÃO JOÃO DA THAY NA CULTURA POPULAR MARANHENSE

Em nossa análise do evento São João da Thay, como já foi explicado no capítulo da metodologia, organizamos os dados em três categorias: i) entrevistas dos participantes e convidados em canais midiáticos; ii) publicações nas redes sociais do evento e de sua idealizadora; iii) conteúdos na rede social X (antigo Twitter); Os conteúdos disponíveis nos anexos podem ser melhor visualizados. A escolha dessas categorias foi baseada em critérios específicos, que visam garantir uma análise abrangente e representativa do fenômeno estudado. As entrevistas foram selecionadas por abordarem a experiência dos participantes e o impacto cultural do evento, com foco em como eles percebem a valorização da cultura maranhense e o envolvimento com as tradições locais. Além do alcance considerável que a mídia televisiva possui, segundo a Rede Globo de Televisão, a emissora é vista semanalmente por 136 milhões de brasileiros na TV.

O alcance das redes sociais é um ponto considerável, uma vez que a idealizadora da festa é influenciadora digital e usa da estratégia de marketing de influência para promover não só a festa, mas principalmente a cultura maranhense. Por isso, observamos com prioridade como as publicações nas redes sociais destacam elementos da cultura popular maranhense, como danças, músicas e símbolos típicos do São João, além de mostrar a interação dos influenciadores

com o evento. Já o conteúdo no X, por ser uma plataforma que é usada por seus usuários por trazerem reflexões críticas sobre o evento como fenômeno cultural e midiático, abordando temas como interculturalidade, preservação das tradições e impacto econômico. Pesquisa realizada pela plataforma X em parceria com Kantar Media, em dezembro de 2017, aponta que 86% da população online do Brasil acredita que o X é um gerador de visibilidade que oferece aos usuários mais "valor" - isso porque eles estão mais conscientes e propensos a compartilhar. Com isso, as pessoas estão naturalmente recorrendo aos usuários do Twitter para pedir conselhos.

As entrevistas com os convidados em canais midiáticos despertam nosso olhar investigativo, pois buscamos compreender o propósito do evento a partir da perspectiva dos participantes. Queremos também entender os conteúdos produzidos nas redes sociais do evento e da idealizadora, para promover e preservar as tradições, mas que também se adapta e é apropriado pelo mundo moderno. É assim que iniciamos nossa análise, em busca dos sentidos, nos diversos cenários que a festa possibilita visualizar, realizando leituras, inferindo significados que nos levem à preservação da cultura maranhense.

De início, já é possível observar que as três categorias abordam quatro eixos principais de discussão: a valorização do artesanato e da cultura local, o impacto econômico e turístico, a promoção de projetos sociais e educativos, e a inovação na gestão e estrutura do evento.

4.1 Entrevistas dos participantes e convidados em canais midiáticos

A análise das entrevistas realizadas com participantes e convidados do evento São João da Thay oferece uma visão detalhada sobre sua importância cultural, econômica, social e intercultural. A partir dos relatos coletados, identificam-se quatro eixos temáticos principais que ajudam a compreender o significado do festival: a valorização da cultura maranhense, seu impacto na economia e no turismo, a troca intercultural entre diferentes regiões e sua contribuição social por meio de projetos comunitários. A escolha dos entrevistados foi criteriosa, buscando pessoas com reconhecimento e relevância para os temas discutidos, garantindo assim uma análise consistente e significativa.

No que diz respeito à valorização da cultura maranhense, os depoimentos revelam um forte apreço pelas tradições locais. Milton Cunha, ao falar sobre a “riqueza e diversidade” do patrimônio cultural do Maranhão, ressalta a vitalidade das expressões artísticas e folclóricas da região. Mabyan Bezerra, Miss Maranhão 2024, complementa essa perspectiva ao enfatizar o papel do evento na promoção da identidade maranhense em âmbito nacional, além de destacar

o apoio dado aos artesãos locais. Já a apresentadora Rita Batista, em sua participação no programa “É De Casa”, compartilhou sua experiência imersiva no festival, descrevendo o fascínio gerado pelo contato direto com as manifestações culturais. Essas percepções dialogam com a teoria de Luiz Beltrão sobre folkcomunicação, na qual o São João da Thay atua como um meio de comunicação simbólica, promovendo e ressignificando a cultura popular no contexto midiático.

No âmbito econômico, o festival se revela um importante impulsionador do desenvolvimento local. O governador Carlos Brandão e o economista Wilson Fraga destacam a geração de empregos e o aumento da renda, beneficiando setores como turismo, hotelaria e comércio. Fraga também menciona o crescimento no movimento da aviação e o estímulo à economia criativa, evidenciando o efeito multiplicador de eventos culturais de grande porte.

A interculturalidade é outro aspecto marcante da edição de 2024. A presença de representantes de diversas regiões, como os grupos dos Bois de Parintins, Fafá de Belém, Isabelle Nogueira, Cunhã Poranga do Boi Garantido, em conjunto com o Lobato, Amo do Boi de Morros do Maranhão, simboliza a integração entre as tradições folclóricas do Maranhão e do Amazonas. Além disso, reconhece-se o trabalho de Thaynara OG como uma força propulsora de mudança e transformação social. Essa fusão cultural, que reflete a teoria de Canclini sobre a interculturalidade como um processo dinâmico de trocas, não só fortalece os laços entre as regiões, mas também amplia o alcance dessas manifestações para novos públicos. O São João da Thay, nesse sentido, consolida-se como um espaço de convergência cultural, onde diferentes expressões da cultura popular dialogam e se enriquecem mutuamente.

Por fim, a dimensão social do evento é evidenciada nas falas de participantes como a ex-BBB e psicóloga Sarah Aline. O projeto Academia de Vida, mencionado como uma iniciativa de capacitação e transformação para jovens maranhenses, exemplifica o compromisso do evento com a inclusão social e a criação de oportunidades. Essa abordagem está alinhada ao conceito de comunicação comunitária, em que ações culturais funcionam como ferramentas de empoderamento e desenvolvimento social, reforçando o papel do São João da Thay como um agente de mudança positiva na sociedade.

Com base no que foi visto até aqui, os entrevistados compreendem o papel do evento, e confirmam que o São João da Thay é um exemplo paradigmático de como eventos culturais podem funcionar como instrumentos eficazes para a promoção e preservação da cultura popular.

4.2 Publicações nas redes sociais do evento e de sua idealizadora

As publicações exploram múltiplos aspectos do evento, desde o protagonismo das manifestações culturais locais até o impacto econômico e social gerado pela festividade. Inicialmente, a presença de manifestações culturais tradicionais, como o Tambor de Crioula, a dança portuguesa Majestade, a Dança do Coco e o Bumba Meu Boi, ganha destaque nas redes sociais durante toda a divulgação do evento, seja por meio das apresentações ou em elementos visuais, como estampas de camisetas e posts no Instagram.

Figura 15 - Grupo Tambor de Crioula do Maranhão se apresentando no Palco Amazon



Fonte: Instagram do evento São João da Thay, 2024

Essas expressões culturais são apresentadas como símbolos de resistência e ancestralidade, reforçando a necessidade de sempre apresentar e preservar as tradições maranhenses para todos que participam de forma direta ou indireta. A celebração da cultura local é ampliada pela participação de grupos como os Bois de Parintins, Garantido e Caprichoso, que simbolizam um intercâmbio cultural entre estados, promovendo a integração de diferentes expressões folclóricas e públicos. Diante disso, essas práticas não só enriquecem o evento, mas também garantem a continuidade e a visibilidade dessas tradições para um público amplo e diversificado.

Podemos perceber também, durante a análise que, o São João da Thay também se posiciona como um impulsionador da economia criativa. A fala de Débora Almeida,

empreendedora da loja O’Buriti, ilustra a relevância do evento para o artesanato local, promovendo a expansão das vendas e a geração de renda para mais de 200 artesãs. A empreendedora revela que o evento “representa a valorização da cultura e do artesanato maranhense”, e que, por meio dele, é possível ampliar a produção e o faturamento das artesãs, muitas das quais dependem exclusivamente dessa atividade para sua subsistência. Esse ponto de vista econômico é corroborado pelo Governador do Maranhão, Carlos Brandão, que enxerga o evento como promotor do turismo e na movimentação dos setores de comércio e serviços. A comercialização de produtos temáticos, como camisas estampadas com referências culturais maranhenses, como o cacuriá, o bumba meu boi, o tambor de crioula e a dança do coco, é exemplo de uma estratégia de fortalecimento da identidade local através do consumo.

Figura 16 - Mulher veste camisa estampada com nomes de manifestações culturais maranhenses



Fonte: Instagram do evento São João da Thay, 2024

Durante toda a semana de evento, desde a viagem aos lençóis maranhenses até a presença nos dois dias de show, influenciadores e artistas nacionais presentes no São João da

Thay compartilham com seus milhões de seguidores, de diferentes partes do Brasil e mundo, a beleza e cultura maranhense. A ex-BBB Beatriz Reis, ao gravar um vídeo nos Lençóis Maranhenses e expressar sua admiração, se torna uma agente de divulgação turística e cultural, assim como os mais de 200 convidados do evento.

A estética visual presente no palco principal, vista nas publicações, com referências aos tradicionais azulejos de São Luís e à arquitetura colonial, também contribui para reforçar a identidade local e promove o turismo cultural. A presença de convidados, produtores, empresários e publicitários, entendemos aqui, que funciona como uma estratégia em mobilizar a comunidade e atrair visitantes. A legenda de uma das postagens, que diz “Chegou a hora de mostrar para o mundo toda nossa cultura”, sintetiza o objetivo do evento de projetar o Maranhão como um destino cultural de destaque.

Por fim, conforme dito antes nesta pesquisa, a influenciadora sempre destacou o caráter social do evento. Além de toda a arrecadação dos valores do ingresso ser revertida para uma instituição, a edição de 2024 lançou a iniciativa Academia de Vida, que muitas vezes destacada em diversos conteúdos, simboliza o compromisso social do evento. Ao promover a educação empreendedora e o desenvolvimento de jovens maranhenses, o projeto articula cultura, educação e inclusão social. A representação das experiências dos participantes, como demonstrado na emoção expressa pelos jovens selecionados, evidencia o impacto positivo do projeto. A criação de redes de apoio e o compartilhamento de conhecimentos são apresentados como pilares fundamentais da iniciativa, destacado por Bruno Lima, coordenador do projeto, que define o São João da Thay como “cultura popular, economia criativa e vida”.

Portanto, no que diz respeito à criação de conteúdos, com linguagem e formato adaptados, abordagens diferentes e presença de artistas maranhenses, empreendedores e influenciadores, demonstra como uma estratégia comunicacional alinhada aos objetivos do projeto, que combina tradição e inovação, é possível não apenas preservar manifestações culturais, mas também inseri-las em um contexto global, garantindo sua relevância e continuidade.

4.3 Conteúdo na rede social X (antigo Twitter)

A Thread no X indica que o festival tem potencial para se tornar um dos maiores eventos culturais do Nordeste, atraindo um fluxo crescente de turistas e promovendo o intercâmbio cultural. Essa dinâmica está alinhada à teoria de Canclini sobre interculturalidade, que destaca

o entrelaçamento dos grupos em uma relação de troca das tradições ao mercado global sem que percam sua essência.

A responsabilidade social é outro diferencial do São João da Thay. A Academia de Vida, projeto de Thaynara OG e Ana Paula Xongani, capacitou 80 jovens em redes sociais, empreendedorismo e saúde mental. A formação da primeira turma durante o festival simboliza esse compromisso com a educação e o desenvolvimento juvenil. Ainda, sobre a representatividade cultural, a rapper apontou a relevância do festival para a valorização do Maranhão, um estado que muitas vezes enfrenta invisibilidade tanto no contexto nordestino quanto nacional. Invisibilidade que a própria Thaynara Og já destacou em entrevistas. A projeção do evento em nível nacional fortalece a identidade cultural maranhense e gera novas oportunidades para o estado.

De maneira geral, o São João da Thay exemplifica um fenômeno recorrente na história da cultura popular brasileira: a necessidade de adaptação dos grupos folclóricos aos setores de produção cultural e midiática. Um exemplo marcante é Luiz Gonzaga, que reinventou a música nordestina para se adequar ao mercado fonográfico e à televisão. Hoje, eventos como o São João da Thay incorporam estratégias de marketing para ampliar seu alcance, utilizando, por exemplo, o marketing de influência, a transmissão pela TV Globo e a participação de influenciadores de diferentes estados, promovendo a cultura maranhense em uma escala nacional.

Ora, se por um lado são hegemônicos os interesses de persuasão cultural dos megagrupos econômicos, por outro os mediadores ativistas culturais locais criam estratégias próprias de permanência nos seus pedaços e, como enfrentamento do novo contexto, descobrem novas formas de comunicação para divulgar os seus produtos culturais. (Trigueiro, 2008, p. 3)

Essa interseção entre tradição e mercado não significa necessariamente a descaracterização da cultura popular, mas exige um equilíbrio entre inovação e preservação. Canclini argumenta que a cultura popular não desaparece com a globalização, mas se reinventa para atender às novas dinâmicas do consumo e da comunicação.

O São João da Thay demonstra que é possível preservar e promover a cultura popular enquanto se adapta ao mercado global. O evento equilibra tradição e inovação, garantindo sua relevância e impacto positivo na sociedade, na economia e no turismo. Contudo, a reflexão

sobre os desafios dessa interculturalidade é essencial para garantir que a cultura popular continue sendo um espaço de pertencimento e identidade para as comunidades que a originam.

Se, por um lado, os interesses dos megagrupos econômicos impõem uma lógica de persuasão cultural, por outro, mediadores e ativistas culturais locais desenvolvem estratégias próprias de resistência e permanência. Como aponta Trigueiro (p. 3), esses agentes se apropriam das novas dinâmicas midiáticas para divulgar seus produtos culturais e garantir visibilidade em um cenário cada vez mais competitivo.

Sob a ótica da folkcomunicação, teoria proposta por Luiz Beltrão, o evento pode ser compreendido como características em que a cultura popular é comunicada e ressignificada por meio dos mediadores sociais que dialogam com os grandes meios de comunicação. No São João da Thay, como mencionado anteriormente, a própria Thaynara OG assume o papel de difusora da cultura nordestina para públicos diversos.

Portanto, são as festas populares dessas regiões brasileiras que aquecem, mesmo que temporariamente, a economia da região. Além de manter a continuidade e a visibilidade dessas tradições para um público amplo e diversificado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de folkcomunicação, conforme abordado por Luiz Beltrão, é revelador essencial para entender como as comunidades locais podem se comunicar de maneira autêntica e eficaz, mesmo dentro de um cenário de crescente globalização e mercantilização da cultura. No caso de São João da Thay, observamos como as mídias sociais servem como ferramentas poderosas para a disseminação de uma mensagem cultural que se conecta profundamente com a identidade do Maranhão. Ao integrar a tradição cultural local com as estratégias contemporâneas de comunicação, o evento não apenas preserva, mas também ressignifica a cultura popular, tornando-a relevante para novos públicos.

A presença das redes sociais e a forma como o significado do evento é projetado digitalmente – por meio de vídeos, específicos ao vivo e mensagens interativas – são elementos que potencializam a participação popular, permitindo uma troca constante de culturas. O conceito de folkcomunicação aqui não se limita a uma comunicação unilateral, mas torna-se uma prática de realimentação cultural onde o público também é ativo na criação e divulgação do conteúdo, trazendo à tona questões sobre como a tradição é moldada pelas novas formas de mediação.

A interculturalidade, conforme comprovado por Néstor García Canclini, se apresenta no São João da Thay como um espaço de hibridização onde diferentes expressões culturais se encontram e se interagem. O evento, ao inserir a cultura maranhense em um circuito mais amplo de visibilidade nacional e internacional, reflete esse processo de troca e influência, onde o tradicional se encontra com o moderno e o local se mistura com o global.

Ao observar as apresentações de grupos folclóricos e a participação de artistas de diversas partes do Brasil e do mundo, vemos como as manifestações culturais ganham novos contornos, incorporando influências externas sem perder sua essência. A interculturalidade, portanto, não significa a perda de identidade cultural, mas a sua ampliação e ressignificação, criando novas formas de pertencimento e expressão.

Por exemplo, podemos analisar como elementos tradicionais do São João, como os bumba-meu-boi, os tambores de mina e as danças folclóricas, são apresentados de maneira inovadora nas mídias sociais e nos palcos do evento. A interação com outros estilos musicais e

a visibilidade nas plataformas digitais também possibilita a renovação de elementos culturais que se mantêm vivos e vibrantes, apesar das transformações culturais globais.

Embora o mercado de massa tenha um impacto inegável sobre as festas populares, como a distribuição nas estratégias de marketing e nos patrocínios corporativos, o São João da Thay nos mostra que a comercialização não diminui necessariamente a importância cultural do evento. Pelo contrário, ela pode ser um meio de amplificação e continuidade das tradições.

No entanto, o ponto crucial é como o evento se apropria dessas dinâmicas mercadológicas sem perder sua identidade cultural. A grande mídia e os interesses econômicos não devem ser vistos apenas como elementos de ameaça, mas como agentes que permitem a visibilidade das práticas culturais locais para públicos maiores. Esse processo de negociação entre o mercado de massa e a preservação das práticas culturais locais pode ser descrito como um constante jogo de forças, onde os atores locais mantêm o controle sobre o conteúdo cultural, ao mesmo tempo em que se beneficiam da visibilidade e do reconhecimento proporcionado pelas plataformas globais.

A comercialização do evento e a presença de grandes patrocinadores podem ser interpretadas como uma forma de garantir a continuidade da festa, possibilitando investimentos em infraestrutura, tecnologia e novas atrações. Porém, é importante destacar como, nesse processo, o controle sobre a narrativa cultural e as práticas tradicionais ainda permanece em grande parte nas mãos da comunidade local, representado pelos fazedores de cultura, que são os verdadeiros guardiões da tradição.

O sentimento de pertencimento, observado nos relatos de figuras como Débora e Henry, exemplifica a importância da participação ativa da comunidade local na construção do evento. Esse envolvimento vai além de um simples reconhecimento da cultura popular; ele se traduz em um compromisso real com a preservação e promoção das tradições, e em uma valorização da cultura local que vai muito além do palco principal.

Os fazedores de cultura locais desempenham um papel essencial na criação e na manutenção do evento, sendo protagonistas na articulação das diversas manifestações culturais. Ao dar voz e espaço a essas figuras, o evento não só fortalece sua identidade cultural, mas também fortalece os vínculos sociais e comunitários, criando um ambiente de colaboração e valorização mútua. A participação ativa desses agentes culturais reforça a ideia de que as festas populares são, antes de tudo, um produto coletivo, resultado de uma interação constante entre os agentes culturais e os públicos envolvidos.

O São João da Thay, portanto, se configura como um exemplo paradigmático de como os eventos culturais podem navegar entre a preservação das tradições e a adaptação ao novo

contexto global. A hibridização cultural e as características da folkcomunicação, com a incorporação de novas tecnologias e a participação ativa da comunidade, não apenas preservam a cultura popular, mas também se tornam relevantes e vibrantes, garantindo sua continuidade.

Este evento se consolida, portanto, como um espaço de celebração da identidade cultural maranhense e, mais amplamente, como um modelo de como a cultura popular pode ser mantida viva e significativamente, mesmo dentro de um mercado globalizado. Em última instância, o São João da Thay não é apenas uma festa; é uma especificidade cultural que, ao integrar múltiplos elementos de tradição e modernidade, promove uma reflexão profunda sobre o papel da cultura na construção da identidade social, comunitária e regional.

REFERÊNCIAS

A influente audiência do Twitter. Disponível em: <<https://marketing.x.com/pt/insights/a-influente-audiencia-do-twitter>>. Acesso em: 17 mar. 2025.

ALMEIDA, Francinete Louseiro de. **Rituais e folkcomunicação**: um sistema de comunicação simbólico no São João do Maranhão. 2018. Disponível em: <<https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8327>>. Acesso em 3 jun. 2024.

ARANTES, Antonio Augusto. **O que é cultura popular**. São Paulo, Brasiliense, 1981. Disponível em: <<https://www.academia.edu/download/31345423/37250902-O-que-e-cultura-popular.pdf>>. Acesso em 15 jul. 2024.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001. Disponível em: <https://lotuspsicanalise.com.br/biblioteca/Modernidade_liquida.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2024.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Diferentes, desiguais e desconectados**: Mapas da interculturalidade. Tradução Luiz Sérgio Henriques. – 3. ed. – Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2009.

CASTRO, Janio Roque Barros de. **Da casa à praça pública**: a espetacularização das festas juninas no espaço urbano / Janio Roque Barros de Castro. - Salvador: EDUFBA, 2012. Disponível em: <<https://books.scielo.org/id/tqvcj>>. Acesso em 12 ago. 2024.

COSTA, Maria Elisabeth de Andrade. **Cultura popular**. In: REZENDE, Maria Beatriz; GRIECO, Bettina; TEIXEIRA, Luciano; THOMPSON, Analucia (Orgs.). *Dicionário IPHAN de Patrimônio Cultural*. 1. ed. Rio de Janeiro, Brasília: IPHAN/DAF/Copedoc, 2015. (verbete). ISBN 978-85-7334-279-6. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/dicionarioPatrimonioCultural/detalhes/26/cultura-popular>>. Acesso em 15 jul. 2024.

DIAS, P. **Thaynara OG celebra visibilidade do São João da Thay e investe alto em festival**: “Maior que ano passado”. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/noticia/2024/06/01/thaynara-og-celebra-visibilidade-do-sao-joao-da-thay-e-investe-alto-em-festival-maior-que-ano-passado.ghtml>>. Acesso em: 26 set. 2024.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila. GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 5 jun. 2024.

GUARALDO, Tamara. **O papel do líder de opinião na teoria da folkcomunicação**. Razón y Palabra, n. 60, 2008. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520730008.pdf>>. Acesso em: 12 out. 2024.

GODINHO, RAFAEL. **Na contramão da ostentação, Thaynara OG conquista o que há de mais valioso no mundo digital**. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/entrevistas/noticia/2023/06/na-contramao-da-ostentacao-thaynara-og-conquista-o-que-ha-de-mais-valioso-no-mundo-dos-influencers.ghtml>>. Acesso em: 26 set. 2024.

GSHOW. **No São João da Thay, Thaynara OG celebra a formatura da primeira turma da Academia de Vida**. Disponível em: <<https://gshow.globo.com/tudo-mais/tv-e-famosos/noticia/no-sao-joao-da-thay-thaynara-og-celebra-a-formatura-da-primeira-turma-da-academia-de-vida.ghtml>>. Acesso em: 26 set. 2024

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014.

MIRA, N. **Boi de Zabumba de Leonardo e Cacuriá de Dona Teté abrem segunda noite do Festival São João da Thay**. Disponível em: <<https://imirante.com/entretenimento/sao-luis/2024/06/08/boi-de-zabumba-de-leonardo-e-cacuria-de-dona-tete-abrem-segunda-noite-do-festival-sao-joao-da-thay>>. Acesso em: 26 set. 2024.

O GLOBO. **Festa de São João de influenciadora chega a 5 MI; saiba como Thaynara OG fez fortuna**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2023/06/festa-de-sao-joao-de-influenciadora-chega-a-5-mi-saiba-como-thaynara-og-fez-fortuna.ghtml>>. Acesso em: 26 set. 2024.

Prado, P. B. **Globo contesta audiência do YouTube e diz que TV aberta ainda lidera no Brasil**. Terra, 2024. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/tv/globo-contesta-audiencia-do-youtube-e-diz-que-tv-aberta-ainda-lidera-no-brasil,14478b58fd27b04814862418a9c48b6189acaofj.html>>. Acesso em: 17 mar. 2025.

RIO DE JANEIRO (Cidade). Secretaria Especial de Comunicação Social. **Folkcomunicação – a mídia dos excluídos**/Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro: — Rio de Janeiro: A Secretaria, 2007. 114p. : il. — (Cadernos da Comunicação. Estudos; v. 17). Disponível em: <http://www0.rio.rj.gov.br/arquivo/pdf/cadernos_comunicacao/estudos/estudos17.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2024.

SOARES, SSD; STENGEL, M. **Netnografia e a pesquisa científica na internet**. Psicologia USP, v. 32, pág. e200066, 2021. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/pusp/a/W5cDdNM99Bk9btBs6ffx45G/>>. Acesso em 5 jun. 2024.

TAVARES, Melina. **Thaynara OG**. Disponível em: <<https://www.melinatavares.com.br/clientes/thaynara-og/>>. Acesso em: 25 set. 2024.

TRIGUEIRO, O. **A espetacularização das culturas populares**. Revista Internacional de Folkcomunicação, [S. l.], v. 3, n. 5, 2008. Disponível em: <<https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.html>>. Acesso em: 17 fev. 2025

UOL, C. **Hábitos culturais 2023** - 4a edição. Disponível em: <<https://prod-fundacao-2023-front.fundacaoitau.org.br/observatorio/habitos-culturais-2023--4-edicao>>. Acesso em: 5 jun. 2024.

VENTURA, M. **Pedagogia Médica**. Rev SOCERJ, v. 20, n. 5, p. 383–386, 2007. Disponível em: <http://sociedades.cardiol.br/socerj/revista/2007_05/a2007_v20_n05_art10.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2024.

ANEXO A - ENTREVISTAS DOS PARTICIPANTES E CONVIDADOS EM CANAIS MIDIÁTICOS

Vídeo 1: O apresentador da TV Imirante entrevista a ex-BBB e psicóloga, que fala sobre a experiência do primeiro dia de festival e do projeto Academia de Vida: "Tá sendo maravilhoso. Eu amo São Luís do Maranhão, pela segunda vez aqui. Então, eu tô muito feliz. [...] A experiência de conhecer tantos jovens talentosos do Maranhão é o que me inspirou muito, porque poder falar sobre saúde mental, possibilitando realizar sonhos, é o que eu mais amo fazer. E falar isso para jovens que estão se conhecendo no mundo e conhecendo seu lugar no

mundo, em uma ação tão linda que é o São João da Thay, me faz perceber que estou no lugar certo. Então, foi maravilhoso! Eu aprendi, eu chorei, eu compartilhei experiências. Foi lindo, eu quero voltar mais para falar com outros jovens. Foi um momento muito importante, muito único. A Thay e a Ana Paula Xongani, que fizeram a Academia de Vida, venderam a possibilidade de sonhos para famílias e jovens, então, poder fazer parte foi uma honra." Disponível em: <https://imirante.com/entretenimento/sao-luis/2024/06/10/video-maravilhados-com-a-cultura-maranhense-ex-bbbs-compartilham-a-experiencia-de-conhecer-o-maranhao-e-participar-do-festival-sao-joao-da-thay-2024>

Vídeo 2: Em entrevista ao JMTV 1ª Edição, o carnavalesco Milton Cunha comenta sobre a diversidade cultural do Maranhão: "A cultura do estado do Maranhão é enorme, diversificada, uma riqueza. É a beleza do povo, da culinária, das tradições culturais. É uma alegria testemunhar a potência de São Luís do Maranhão. Um espetáculo!" Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12659362/?s=0s>

Vídeo 3: Entrevista para a Revista Veja: O governador do Maranhão, Carlos Brandão, destaca a importância do evento para a economia e cultura do estado: "O São João da Thay divulga o Maranhão para o Brasil e o mundo, atraindo turistas para nosso estado, valorizando nossa cultura, gerando emprego e renda." Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/como-sao-joao-da-thay-se-tornou-a-maior-reuniao-de-influencers-do-pais>

Vídeo 4: O Amo do Boi de Morros, Lobato, comenta sobre a conexão cultural entre o Maranhão e o Festival de Parintins, durante o JMTV 1ª Edição: "Garantido e Caprichoso se realimentam da cultura maranhense, onde tudo se originou, e o Boi de Morros estará aqui para dar esse passo, como se fosse uma bandeira branca, harmonizando tudo aquilo que ainda existe de rivalidade — boa, lógico — porque todos nós somos diferentes uns dos outros, mas, ao mesmo tempo, temos a mesma alma: a cultura brasileira, a alma brasileira, a história de um povo." Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12662140/>

Vídeo 5: O estudante maranhense Henry Lima relata sua experiência ao JMTV 1ª Edição: "A gente acaba tendo outras percepções, porque a gente passa por aqui todo dia e não enxerga esse tanto de história, dessas personalidades que passaram. E é um reset com a gente, a gente se sente pertencente nessas histórias que são contadas, acaba vendo por outros olhos." Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12646031/?s=0s>

Vídeo 6: Em entrevista à TV Imirante, a Miss Maranhão 2024, Mabyan Bezerra, enfatiza a relevância do evento para a cultura maranhense: "Meu primeiro ano como convidada, e agora Miss Maranhão 2024. O São João da Thay é muito importante para o nosso estado, é uma representatividade enorme, leva o nome do Maranhão para todo o país, trazendo famosos e apoiando os artesãos locais. É um orgulho para nós ter um projeto como esse no nosso estado." Disponível em: <https://imirante.com/maranhao/sao-luis/2024/06/11/video-personalidades-da-ma-destacam-a-importancia-do-festival-sao-joao-da-thay-para-a-valorizacao-e-preservacao-da-cultura-maranhense>

Vídeo 7: A cunhã poranga do Boi Garantido, Isabelle Nogueira, fala sobre a troca cultural entre o Maranhão e o Amazonas ao JMTV 1ª Edição: "O Bumba Meu Boi tem uma grande inserção no Festival Folclórico de Parintins. Nossas histórias são bem parecidas, e o Bumba Meu Boi tem essa inserção muito grande, inclusive na criação do Festival Folclórico de Parintins. Estou muito grata, muito feliz de estar aqui e de estar trazendo nosso festival para todo o Maranhão viver esse intercâmbio cultural entre o Bumba Meu Boi e o Boi Bumbá." Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12665415/>

Vídeo 8: A cantora Fafá de Belém compartilha sua emoção ao ser homenageada no São João da Thay ao JMTV 1ª Edição: "Tô muito emocionada em ser homenageada por essa menina (Thaynara OG) que aposta fortemente na cultura popular. Quando a gente tem um país tão rico culturalmente, a Thay é incansável nesse amor por essa terra." Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12665415/>

Vídeo 9: A apresentadora Rita Batista expressa seu encantamento com a cultura maranhense no programa "É de Casa": "Bora brincar de boi, ai que saudade São Luís. Passei uma semana, Thaynara OG um beijo, um beijo para toda família OG, para todo mundo de São Luís do Maranhão, um beijo para os bois todos. Minha gente, eu adoro brincar de boi, e tive a oportunidade de ver de perto, sabe? De respirar essa cultura, de ser constrangida pela natureza daquele estado. E olha que eu só estava num pedacinho dos Lençóis." Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12699310/>

Vídeo 10: O economista e professor da Universidade Estadual do Maranhão, Wilson Fraga, avalia o impacto econômico do evento ao JMTV 1ª Edição: "O que um empresário e a economia da cultura precisa é justamente disso, de grandes eventos que atraiam pessoas pra cá. Então, um festival como o São João da Thay, ele atrai essas pessoas e isso acaba movimentando o setor hoteleiro, acaba movimentando a aviação, que já no mês passado apresentou uma alta significativa em comparação aos últimos meses. Então, isso são mais pessoas melhorando a nossa circulação de pessoas e, claro, a geração de empregos." Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12659270/?s=0s>

ANEXO B - PUBLICAÇÕES NAS REDES SOCIAIS DO EVENTO E DE SUA IDEALIZADORA

1. O vídeo apresenta Débora Almeida, empreendedora da loja O'Buriti, falando sobre o impacto do São João da Thay e o trabalho artesanal realizado na loja. Ela destaca: "Há mais de 40 anos que nos dedicamos para promover a cultura e o artesanato maranhense. Como estamos localizados no Centro Turístico da cidade, temos uma sazonalidade em nosso período de vendas. Com o Festival São João da Thay, as pessoas nos procuram atrás das nossas matérias-primas e dos nossos produtos, e com isso a gente amplia o nosso faturamento através de vendas que começam a partir do mês de abril e maio. O São João da Thay representa a valorização da

cultura e do artesanato maranhense. Através do São João da Thay, a gente consegue ampliar a produção das mais de 200 artesãs, em sua grande maioria mulheres, que dependem única e exclusivamente da renda do artesanato.” via Instagram do São João da Thay. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C7ZBIPIOMRE/>

2. O vídeo mostra Thaynara OG junto aos coordenadores do Projeto Academia de Vida, além dos jovens maranhenses selecionados para o programa. Em um momento do vídeo, um dos produtores, Bruno Lima, fala: “São João da Thay é cultura popular. São João da Thay é economia criativa. São João da Thay é vida. Finalmente, a Academia de Vida nasceu. Hoje é um dia muito especial, porque vamos conhecer nossas alunas, nossos alunos e também os pais e responsáveis.” A cena destaca o entusiasmo e a importância do projeto para a comunidade local, com foco na educação e no impacto positivo na vida dos jovens. A legenda do vídeo complementa: Foi dada a largada nessa iniciativa que vai transformar a vida de centenas de jovens. A Academia de Vida nasceu para fomentar a educação empreendedora e a economia criativa entre os jovens maranhenses. Nos próximos dias transformaremos sonhos em experiências de aprendizagens reais. Vem com a gente?”. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C7aZaDOP_dJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIIODBiNWFIZA==

3. O vídeo mostra uma reunião com produtores culturais, imprensa e apoiadores. No vídeo o governador fala da importância do evento para o estado. “Por esse São João, sexta edição, ele tem um papel importantíssimo para divulgar o nosso estado, pra divulgar a nossa cultura, nossa tradição, trazer uma enorme geração de emprego e renda, que é uma coisa que a gente tem como meta.”. A legenda do vídeo complementa: “Chegou a hora de mostrar para o mundo toda nossa cultura. Vamos iniciar uma das maiores festas de São João do Brasil. Vem com a gente?”. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C77Ztwfpt6D/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIIODBiNWFIZA==

4. A imagem mostra o Tambor de Crioula do Maranhão se apresentando no Palco Amazon, trazendo toda a energia e riqueza dessa tradicional manifestação cultural maranhense. A legenda do vídeo complementa: “O Tambor de Crioula do Maranhão é mais do que uma dança, é a expressão viva da resistência cultural e da ancestralidade do meu povo. É onde o som dos tambores ecoa a força e a beleza da nossa gente. Obrigada, @tc.mestreonardo! ☐”. Imagem

via Instagram do São João da Thay. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C77unuxJhTP/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

5. A imagem mostra o grupo de dança portuguesa maranhense, Majestade, se apresentando no palco principal do evento. A legenda do vídeo complementa: “A dança portuguesa no Maranhão celebra a herança lusitana, unindo Brasil e Portugal em cada passo. @oficialmajestade brilhou no meu palco! ☐☐”. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C77xXWzPHDK/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

6. A foto registra o grandioso encontro da sexta edição, reunindo o Bumba Meu Boi do Maranhão e os icônicos bois de Parintins, Garantido e Caprichoso, em uma celebração única da cultura popular brasileira. A legenda do vídeo complementa: “Viva a nossa cultura, viva ao nosso país! ☐☐☐. Este encontro não só fortalece o senso de identidade e pertencimento, mas também abre portas para um contínuo intercâmbio de experiências e conhecimentos, promovendo a valorização e preservação de nossa herança cultural. Muito feliz de realizar esse momento no meu palco e que inspire futuras gerações a celebrar e cultivar a diversidade que nos define.☐”. Imagem via Instagram do São João da Thay. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C7_dDx_uLa6/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

7. O vídeo apresenta uma mulher vestindo camisas temáticas disponíveis para venda na loja física, localizada no Shopping da Ilha, em São Luís. As peças estampam frases e ilustrações que celebram a cultura maranhense, destacando expressões artísticas como o cacuriá, bumba meu boi, tambor de crioula e dança do coco. A legenda do vídeo complementa: “Me fala se nossas camisas temáticas não ficaram um charme!?! ☐☐☐ Elas estão disponíveis na minha loja física no @shoppingdailha, L3. ☐ Quero todo mundo no clima da minha festa!☐”. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C7eilxUxKm-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

8. A imagem captura a apresentação do grupo **Dança do Coco do Maranhão** no palco **Amazon**, trazendo toda a energia e tradição dessa manifestação cultural ao evento. A legenda do vídeo complementa: “A Dança do Coco do Maranhão é uma expressão cultural rica em

ancestralidade, refletindo a história e as tradições dos povos afro-brasileiros. Gratidão @cocopirina, vocês são cruciais para a preservação dessa herança cultural, mantendo vivas as raízes e a identidade de nosso povo. Muito obrigado!□”. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C7-QWQ8pdv2/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

9. O vídeo mostra a ex-BBB Beatriz Reis (Bia do Brás) nos Lençóis Maranhenses, explorando e enaltecendo a paisagem e interagindo com influenciadores convidados. Durante a gravação, ela conversa com Thaynara OG sobre o convite para o evento e a beleza do local. Beatriz inicia: “[...] Agora, Thaynara, chocada porque muita gente a primeira vez aqui.” Thaynara responde: “Então, mermã, eu gosto muito de ver essa tua reação aqui. A alegria de “nossa que lugar uau” que paraíso! Me lembrei de alguém especial pra mim, vou trazer de volta. Isso gera um impacto na nossa economia, no nosso turismo. O projeto se engrandecer e ter propósito.”. Beatriz conclui: “Nossa e a sua missão tá sendo cumprida com muito sucesso, sem contar que ela ajuda muitas vidas através disso.”. Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C74rm6lJmSH/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

10. A foto destaca o palco principal do evento, ricamente decorado com os icônicos azulejos de São Luís, exaltando esse símbolo cultural e arquitetônico da capital maranhense, conhecida como a "Cidade dos Azulejos". Além disso, a imagem captura a grandiosidade do público, evidenciando a forte presença e a energia dos espectadores em um dos dias do evento. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C7_fDOCOtew/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

ANEXO C - CONTEÚDO NA REDE SOCIAL X (ANTIGO TWITTER)

Thread compartilhada em 08/06/2024 nas redes sociais da rapper, cantora e compositora maranhense, Enme, que participou do evento.



ENME ✓
@enmepaixao

Seguir



Pontos importantes a serem falados sobre o São João da Thay enquanto projeto cultural:

- 1 - evento com maior ativações de marcas nacionais que já tivemos aqui.
- 2 - estrutura do evento acessível para pessoas com deficiência, desde espaços a rampas e tudo mais.
- 3 - artistas, veículos e influenciadores pesquisando e imergindo na cultura local.
- 4 - estrutura de festival nacional, maior que todos que já tivemos
- 5 - Governo do Ma entendendo que é melhor investir em projetos do que tentar realizar tudo.
- 6 - A responsabilidade social do evento esse ano expandiu muito mais!



ENME ✓ @enmepaixao · 08/06/2024



7 - o evento também funciona como feira de negócios, muitos profissionais e representantes de marcas de olho em quem investir, quem contratar, quem se conectar

8 - Thaynara usando marketing de influência para fazer algo que seja para além dela. Ela é a dona da festa mas faz questão que não seja tudo sobre ela.

9 - o multiculturalismo presente chama atenção para algo muito importante: o Maranhão precisa ser lembrado! É esquecido pelo Norte pois não faz parte dele, é esquecido pelo Nordeste que só se fala Recife e Salvador. Nosso Estado tem tudo das duas regiões e um pouco mais.

10 - o projeto gera credibilidade no mercado e interesse em investir em outros projetos e festivais locais.



3



41



1,5k



113k





ENME ✓ @enmepaixao · 08/06/2024 ...

11 - o São João da Thay é hoje o maior festival que existe em São Luís. E cabe aqui uma oportunidade: thaynara se conectar e trazer curadores e produtores de outros festivais para possam assistir e criar um circuito dos artistas que ali se apresentam.

talvez nem ela se veja assim mas, a empresa Thaynara Og é produtora de um dos maiores festivais do Nordeste.

💬 7 ↻ 21 ❤️ 1,1k 📊 92,6k 📌 ⬆️



Enme 🟡 **OUÇA LUA C...** · 08/06/2024 ...

Algo que achei super interessante: esse ano a produção foi dividida em setores: influenciadores, artistas e manifestações culturais. É importante colocar quem entende de cada assunto para cuidar e receber cada um. Acredito que ainda teve um setor de investidores também, vi muitos empresários e publicitários presentes



ENME  @enmepaixao · 08/06/2024 

Acho q nos próximos anos o Thay pode levar o evento para o parque do rangedor ou algum espaço que remeta aquela energia de festival tipo Lolla, afropunk, RIR. E pode ser algo do dia todo também (coitada da produção kkkkk)

