



As interfaces folkcomunicacionais da romaria em homenagem a Nossa Senhora Aparecida, no Sertão Central do Piauí¹

Evandro Alberto de Sousa²

Joel Marques Cardoso³

Orlando Maurício de Carvalho Berti⁴

RESUMO

Este artigo é uma análise comunicacional, balizado nos estudos da Folkcomunicação, notadamente em sua vertente religiosa, acerca da romaria em homenagem a Nossa Senhora Aparecida na cidade sertaneja piauiense de Pio IX. Através de estudos de campo (com pesquisa em loco ao fenômeno estudado), baseado na teoria da Folkcomunicação, destaca-se os elementos comunicacionais e folkcomunicacionais desse fenômeno, comprovando que a teoria beltraniana ainda explica vários fatos comunicacionais, principalmente ligados a fé popular sertaneja nordestina. Destaca-se e analisa-se também o fenômeno em si mostrando os traços folkcomunicacionais nessa romaria religiosa.

Palavras-chave: Comunicação Social; Folkcomunicação; Sertão do Piauí; Folkcomunicação religiosa; Nossa Senhora Aparecida.

INTRODUÇÃO

O Sertão é uma das áreas do país com maior potencial folkcomunicacional. Foi nessa região que o mestre Luiz Beltrão fez suas primeiras constatações antes de propor a teoria propriamente dita. Considerando o fenômeno religioso que norteia a devoção a Nossa Senhora Aparecida na localidade Serra Aparecida, em Pio IX, Sertão do Piauí, e a fé que leva um expressivo número de fiéis a participar de tal evento em romaria e

¹ Artigo científico apresentado na XVI Conferência Brasileira de Folkcomunicação. UFC – Universidade Federal do Ceará (campus da cidade de Juazeiro do Norte – CE). Entre 26 e 28 de junho de 2013. Grupo de Trabalho 03 – Conteúdos da Folkcomunicação.

² Professor e pesquisador dos cursos de Jornalismo – da Faculdade R.Sá (Picos – PI), e da UESPI – Universidade Estadual do Piauí (Picos – PI). Doutorando em Serviço Social pela UFPE – Universidade Mestre em Serviço Social pela UFPE. E-mail: evandroalberto@yahoo.com.br

³ Jornalista formado pelo curso de Comunicação da Faculdade R.Sá (Picos-PI) e pesquisador em Folkcomunicação. E-mail: joelfot@bol.com.br

⁴ Doutorando em Comunicação Social na UESP – Universidade Metodista de São Paulo (em São Bernardo do Campo – SP) orientado pela professora Cicilia Peruzzo. Bolsista da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. Mestre em Comunicação Social na mesma universidade e orientado pela mesma professora. Tem estágio doutoral na Universidad de Málaga (em Málaga, Andaluzia, Espanha), com bolsa da CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Atualmente também é professor (Assistente II – DE), pesquisador e extensionista do curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo – da UESPI – Universidade Estadual do Piauí – campus de Teresina. Pesquisador há mais de dez anos em temáticas comunicacionais com interfaces do Sertão do Nordeste do Brasil. E-mail: orlandoberti@yahoo.com.br



orações (desde 2004), surge a necessidade de situar a manifestação enquanto fenômeno folkcomunicação na esfera contextual e conceitual.

A Folkcomunicação pesquisa e investiga como comunidades populares e grupos sociais marginalizados utilizam a cultura como elemento de produção comunicativa. Nos termos de Luiz Beltrão (2001, p.47) ela se expressa como processo de intercâmbio informacional traduzido nas manifestações culturais da massa, por meio de atores sociais ligados de forma ou outra ao folclore. Vê-se o fervor demonstrado por essa gente simples e humilde do Sertão, que faz crescer cada ano o número dos que se proclamam devotos de Nossa Senhora de Aparecida e apresentar como razão de sua fé, os milagres alcançados. Propõe-se responder: qual a relação existente entre devoção religiosa com aspecto folkcomunicação? Qual a importância sociorreligiosa da romaria?

As inquietações mencionadas motivaram esta pesquisa que tem como objetivo principal traduzir-se em respostas às questões, para que tal ocorra, fez-se necessário: analisar as iniciativas desenvolvidas por um grupo de devotos de Nossa Senhora Aparecida, na localidade Serra Aparecida, em Pio IX, Sertão piauiense. Estuda-se também como os devotos contribuíram para criar a romaria dedicada à Santa, avaliando o porquê do fenômeno folkcomunicação se multiplicar de forma a comunicar a fé católica, bem como, verificar a motivação da iniciativa de leigo da Igreja, da comunidade Serra de Aparecida. O evento a cada ano, via documentação de ex-votos, é um farto meio para compreender este fenômeno folkcomunicação.

A metodologia compreende pesquisa qualitativa, exploratória, utilizando-se técnicas de pesquisa de análise bibliográfica, documental e de campo. Os procedimentos adotados circunscrevem-se na observação participante, análise de arquivos pessoais coletados durante o acompanhamento no período de oito anos da romaria, além de entrevistas semi-estruturadas que foram aplicadas junto aos sujeitos, incluindo: organizadores da Romaria, romeiros e autoridades eclesásticas do Sertão piauiense.

O tema se justifica por possuir relevância de âmbito folkcomunicação, uma vez que esta teoria dá voz, segundo Beltrão (2001, p.39) “aos marginalizados da sociedade [...]”, pois é atribuído aos grupos sociais marginalizados rurais ou urbanos de baixo poder aquisitivo. Colabora-se para enriquecimento da Folkcomunicação, além de trazer perspectivas de estudo no Sertão, suscitando novas pesquisas que possam elucidar mais o fenômeno que não é só religioso, mas acima de tudo comunicacional e cultural.



1 – Algumas perspectivas teóricas da Folkcomunicação

Hoje, a novidade informacional, técnico e tecnológico está modificando a sociedade sob diversos aspectos. No século XXI, notadamente a revolução digital tem colocado o ser humano como grande agente de interação no processo comunicacional. Cada segmento da sociedade se expressa por meio de suas manifestações sociais e culturais e esta comunicação não se dá necessariamente por meio dos veículos que fazem a comunicação de massa. Mesmo a sociedade marcada por diversas possibilidades de produção midiática, uma comunicação em específico chamou a atenção do pesquisador Luiz Beltrão que, ao elaborar sua tese de doutorado (em 1967), em Brasília, faz alusão a uma comunicação realizada em nível das camadas populares, por ele conceituada como Folkcomunicação.

A gênese da folkcomunicação se dá com Luiz Beltrão (2004, p.47). Ele a define como “o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, por intermédio de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. Além do conceito, este autor alerta que a Folkcomunicação como processo de comunicação coletiva não se estende a todas as manifestações populares, visto que nem todas se configuram como eventos jornalísticos.

Cristina Schmidt (2008) destaca que a Folkcomunicação é a possibilidade de um diálogo entre membros dos grupos populares, entretanto, a Folkcomunicação encontra sustentação conceitual na abordagem do pioneiro Luiz Beltrão que a define como o processo intercambial entre os sujeitos e o meio, intrinsecamente ligado ao folclore. Construto permeado pelas manifestações, opiniões, conceitos, ideias e atitudes próprias da cultura marginal.

Voltando aos estudos de Antônio Hohlfeldt (2002), Cristina Schmidt (2008) assinala que a Folkcomunicação não se resume ao estudo da cultura popular ou do folclore, é sim o estudo dos procedimentos comunicacionais por meio dos quais as expressões da cultura popular se propagam, se encontram, convivem e dialogam com outras teias interacionais, se modificam por influência da comunicação massificada. Isso pode ser observado em Luiz Beltrão (2004) ao afirmar que a Folkcomunicação é a fronteira entre o Folclore e a Comunicação de Massa e caracteriza-se pela apropriação de mecanismos artesanais de difusão simbólica para expressar em linguagem popular, mensagens previamente veiculadas pela indústria cultural.



Por entender a magnitude dessas interações e da comunicabilidade nelas impregnadas, Beltrão, foi além de conceituá-la como fenômeno, reconhecendo-a como área do conhecimento, com escopo teórico específico e que para Evandro Sousa e Orlando Berti (2007, p. 02) ela é um “[...] postulado teórico da Comunicação que mais se assemelha na explicação dos substratos populares comunicacionais dos grupos excluídos pelas mídias tidas como convencionais”.

No entanto, não se pode negar que os estudos de Luiz Beltrão trouxeram nova discussão no âmbito da comunicação, até mesmo porque ele se tornou o primeiro doutor em comunicação no Brasil, sendo a sua obra precursora e inaugural para o desenvolvimento das pesquisas em comunicação popular. A amplitude das possibilidades do estudo das manifestações populares no viés da comunicação configura-se num contexto sociocultural abrangente. Nesse sentido, a comunicação, ou mesmo a Folkcomunicação, adota objetos de estudo próprios de grupos que se encontram na superfície nas relações que envolvem a comunicação especificamente os grupos marginalizados e sua relação com os meios de comunicação de massa.

O que de fato Luiz Beltrão (*apud* CARVALHO; OLIVEIRA, 2012, p.116) intencionou em suas pesquisas foi a busca por respostas acerca da problemática: “como se informam as populações rudes e tardes do interior de nosso país continental?”.

Para construir um fio condutor de interpretação das informações produzidas pelos grupos marginalizados, Luiz Beltrão, norteado por questões de caráter exploratório, pretendeu identificar nas manifestações populares informações de aspecto jornalísticos, observando para tanto quais os veículos utilizados pelos grupos marginais para manifestarem opinião e pensamentos; que espécie de jornalismo atenderia à sua necessidade vital de comunicação e, por último, se tais grupos teriam algo em comum com o jornalismo dos veículos de massa.

Contrapondo a acepção de José Marques de Melo (1972), destacado por Alexandre Carvalho e Pâmella Oliveira (2005) afirma que a pesquisa de Beltrão não apresenta problemas metodológicos, uma vez que o recorte delimitado no Nordeste do Brasil enriquece a pesquisa em virtude da comunicação de massa não ter penetrado de forma tão intensa no interior do país. A linha investigativa da Folkcomunicação estabeleceu relação entre linguagem popular e informação nos aspectos: oral e escrito. Pode-se dizer então que mais do que isso foi possível identificar semelhança teórica



entre tais processos e aqueles que Lazarsfeld e seus discípulos haviam observado na sociedade norte-americana, mais conhecido como o paradigma do “two-step-flow-of-communication” (CARVALHO; OLIVEIRA, 2005, p.112). Encontra-se nesse mesmo artigo a afirmação de que as hipóteses de Luiz Beltrão avançaram em relação aos estudos de Paul Lazarsfeld e Elihu Katz, uma vez que estes atribuíam um caráter linear e individualista ao fluxo comunicacional em duas etapas, pois dependiam da ação persuasiva dos “líderes de opinião”. Em contrapartida, Beltrão pensou na comunicação dos marginais rurais e urbanos como um fenômeno mais complexo.

Isso porque a marca diferencial da teoria deste pernambucano é o reconhecimento do caráter institucional dos agentes de Folkcomunicação, nas sociedades rurais ou periféricas semelhante aos que segundo José Marques de Melo (2008) foram posteriormente atribuídos aos agentes educativos, religiosos ou políticos nas sociedades urbanas metropolitanas.

Dessa forma, entre os anos de 1961 até sua morte, em 1986, o jornalista e pesquisador pernambucano Luiz Beltrão dedicou-se à implantação e efetivação das bases da educação superior e formação de jornalistas, além de lançar as bases para a pesquisa de uma nova disciplina, a Folkcomunicação. Nessa perspectiva, Beltrão publica o artigo O ex-voto como veículo jornalístico e dá o start para as pesquisas em Folkcomunicação. Segundo definição do próprio autor (op. cit.), o “estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias”.

2 – O ex-voto folkcomunicacional e as romarias

Pode-se pensar quais os meios utilizados por romeiros que não possuem níveis sociais e culturais elevados, considerados pela teoria folk como marginalizados, na utilização de um canal de comunicação que não seja de massa. No caso específico das manifestações religiosas, pode-se ainda perguntar, como a fé se propaga, como os feitos atribuídos a um(a) santo(a) são comunicados sem que sejam utilizados pela mass mídia? A resposta está vinculada ao que Luiz Beltrão (2004) caracterizou como ex-voto. Aqui, faz-se importante uma parada para outro questionamento. O que vem a ser um ex-voto?

A palavra ex-voto tem origens latinas. É, segundo (OLIVEIRA, 2003 *apud* LINDOSO; FERRETI, 2006, p.616), forma abreviada da expressão “ex voto suscepto



(por um voto alcançado, em consequência de um voto)” e funciona como uma importante ferramenta de mediação simbólica, assumindo diferentes significados de acordo com as formas testemunhais. Luiz Beltrão (2004) assinala que a tradição do ex-voto é de tempos antigos. Às vezes surgia como troféu de guerra depositado no altar do deus protetor após a vitória, esse troféu podia ser uma arma uma insígnia, ou até mesmo a cabeça do inimigo, e acrescenta: “Outra forma, e esta até hoje bem viva na tradição católica de qualquer parte do mundo, consiste em pagar uma promessa relativa a doença ou desastre com objetos que lembrem o pedido feito: muletas, representação da parte doente, peça do vestimento, etc” (SAYA, *apud* BELTRÃO, 2004, p.118). Também é possível perceber o ex-voto como relação da humanidade com a divindade em momentos de reconhecimento da ajuda do alto.

O ex-voto é elemento de representação e agradecimento por bênçãos alcançadas, ele é também forma de comunicação e expressão popular. Com o avanço tecnológico, a confecção do ex-voto sofreu profundas transformações, hoje em dia são produzidos em escala industrial e não só artesanal. Sobre a indústria do ex-voto Beltrão explica:

Como em nossos dias tanto as populações campesinas como as classes citadinas usam o ex-voto como meio de expressão, e como nem todos os miraculados ou devedores de graças são hábeis no manejo do cinzel, do canivete ou dos lápis e tintas, surgem indústrias de “milagres”, nas proximidades dos santuários de maior procura, tanto nos centros urbanos como nas localidades rurais (BELTRÃO, 2004, p. 119).

Ainda de acordo com Luiz Beltrão (2004) o ex-voto pode ser de madeira, cerâmica, cera, pano, papel, plástico, entre outros materiais. Abrange tanto os objetos votivos produzidos em série, tais como: braços, pernas, cabeças, corações, miniaturas de animais, quanto os simbólicos fita e velas com medidas de parte do corpo, miniaturas de embarcações, casas, instrumento de trabalho e objetos diversos como jóias, peças do vestuário, tranças ou mechas do cabelo entre outros. A questão do ex-voto traz à tona toda a carga comunicativa presente nas manifestações folclóricas singulares.

Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore. Das conversas de boca de noite das pequenas cidades interioranas, na farmácia ou na barbearia; da troca de informação trazida pelo chofer de caminhão, pelo representante comercial ou pelo “bicheiro”, ou, ainda, pelos versos do poeta distante, impressos no folheto que se compra na feira [...] – é que a semente da informação germinou no espírito dos analfabetos (BELTRÃO *apud* MELO, 2008, p. 19).



De acordo com Samantha Castelo Branco (2005) o ex-voto, enquanto veículo jornalístico, revela noção de folclore e estágios como “canal de comunicação coletiva”, tanto de opinião como de informação.

3 – A devoção em Nossa Senhora Aparecida, uma das santas católicas mais cultuadas em todo o Brasil

A fé a Nossa Senhora Aparecida se configura como fenômeno folkcomunicação, considerando a grandeza do evento e a simbologia a ele inerente. A devoção a Nossa Senhora Aparecida iniciou-se numa comunidade ribeirinha nos idos dos anos 1717, se espalhou de tal forma que a tornou símbolo de fé dos brasileiros. Cássio Abreu (2009) sublinha que Nossa Senhora Aparecida é formadora de uma cultura popular sem limite, as manifestações de um caráter religioso se repete a cada dia. A população devocional à Mãe de Deus, sob o título de Nossa Senhora Aparecida, já soma 295 anos no Brasil e cresce a cada dia.

A devoção a Nossa Senhora Aparecida tem origem na comunidade de pescadores que viviam à margem do rio Paraíba, em São Paulo, naquela época era limpo e piscoso. Citando dados do IBGE (instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), Fábio Corniani e João Balong Júnior (2006), assinalam que Aparecida do Norte hoje tem mais de 35.000 habitantes. Além da fé católica que reúne em templos diferentes, costuma-se reunir atrações de diversos modos, chamando atenção dos romeiros que visitam o Santuário, a festa de Nossa Senhora de Aparecida, comemorada em 12 de outubro reúne mais de cem mil fiéis.

Existe em Aparecida do Norte centro de apoio ao romeiro, que segundo Fábio Corniani e João Balong Júnior (2006), surgiu a partir da necessidade de estrutura aparelhada para recepcionar milhares de romeiros que se dirigem ao santuário para proclamarem sua fé a santa. A presença crescente de romeiros ao santuário demandou uma estrutura cada vez mais ampliada, assim, em 1998 foi edificada uma ampla praça de alimentação para atender aos romeiros. Embora distante do Santuário de Nossa Senhora Aparecida em São Paulo, no sertão do Piauí espelhando-se na fé de tantos devotos e nas graças alcançadas que se propagam, especificamente em Pio IX, na localidade Serra de Aparecida, o povo vivencia esta mesma fé com crença e devoção.



4 – A presença dos elementos folkcomunicacionais na romaria da Serra Aparecida, em pleno Sertão Central do Piauí

O estudo sobre o fenômeno folkcomunicacional que ocorre na Serra Aparecida demanda uma síntese da historiografia e cultura da localidade, principiando pela sede do município. Pio IX fica localizado na microrregião que leva o mesmo nome, pertencente à mesorregião do sudeste piauiense. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística denota que Pio IX tem área de 1.947 km² e população de 17.671 habitantes. No município há duas formas de relevo: um moldado em rochas sedimentares arenosas da formação serra grande, o outro é uma superfície com depressões, cristas e lagoas.

A cidade de Pio IX tem seu berço na época do Brasil Imperial. O viés histórico assinala que a povoação do lugar foi dada por volta de 1800 às margens do Rio Condado. O município que era chamado de Umbuzeiro hoje leva o nome de um sumo pontífice ganhou esta denominação por meio de decreto governamental em 1871. É importante ressaltar que, assim como muitas cidades nascidas no entorno de igrejas no Brasil Colonial, Pio IX tem sua história e cultura advindas da religiosidade e seu povoamento aumentou após construção da Igreja.

A versão histórica sobre o caminho percorrido por Pio IX desde as primeiras povoações até a criação do município repousa no berço da fé católica. A Paróquia de Nossa Senhora do Patrocínio foi criada em julho de 1888, pelo então Bispo de São Luís do Maranhão, Dom Antônio Cândido de Alvarenga, em visita à Paróquia de Nossa Senhora das Mercês de Jaicós – PI, a qual ela pertencia. A Igreja edificada pelo Padre Ibiapina e seus colaboradores se manteve por um século como abrigo seguro dos filhos de Deus que procuravam na palavra do Pai orientação para vida, consolo para as mazelas, bem como a ação de graças pelas bênçãos recebidas.

A cajucultura aquece a economia e tem como vantagem o fato de que a riqueza não se concentra nas mãos de um único grupo empresarial, é diversificada e contempla do agricultor familiar ao grande produtor rural, formando uma rede de pequenas e micro-empresas que reflete na potência do comércio local. Pio IX tem cerca de 60 mil hectares de terra ocupados pela cajucultura, o que representa quase 40% do total desta cultura no Estado. Atualmente, possui três fábricas de caju que exporta seus produtos para vários estados brasileiros e gera aproximadamente oito mil empregos diretos ou indiretos, pelo menos durante três meses do ano.



4.1 – A Romaria da Serra Aparecida em si

Pio IX tem grande predileção pela fé católica. Isso explica a devoção dos fiéis que participam da Romaria da Serra Aparecida. A localidade rural conhecida como Serra Aparecida, atualmente palco de crescente movimento religioso denominado pelos organizadores de “Romaria de Serra Aparecida” tem sua trajetória histórica permeada pela aventura de um nordestino em busca de sobrevivência.

De acordo com o relato de Mário Monteiro dos Santos⁵, um dos organizadores da Romaria, o senhor Francisco Antônio Cavalcante é o fundador da localidade. Tudo começou quando ele mudou-se do então povoado Alagoinha, município de Pio IX, indo morar na cidade para colocar seus filhos na escola. Essa pequena migração implicou na mudança da sua atividade econômica. Em Alagoinha, o Senhor Francisco era proprietário de um bar, de onde provinha o sustento da família, porém, ao fixar residência na cidade, ele se viu diante da necessidade de trabalhar como vendedor ambulante para manter-se. No entanto, as longas viagens e os perigos da profissão, fizeram com esse nordestino tentasse mais uma vez uma mudança de vida. Largou o ramo do comércio e adotou agricultura. Nessa nova e árdua tarefa, a colaboração de um sobrinho foi fundamental.

Segundo Mário Monteiro dos Santos⁶, alguns anos depois, o interesse pelo cultivo do caju motivou outras famílias a adotarem “A Serra” como moradia. Em virtude disso, Margarida, filha do primeiro morador daquela localidade, iniciou trabalho de cunho religioso. Em 1994 ocorreu o primeiro evento religioso da comunidade: um batizado de uma criança que teve como padrinhos Margarida e Mário Monteiro.

Como se pode constatar o batizado foi o marco inicial das manifestações religiosas na localidade “Serra”. “Começamos a rezar o terço em família aqui em casa a partir do ano de 1996, quando ganhei da minha filha Margarida, já devota de Nossa Senhora Aparecida, uma imagem trazida de Juazeiro do Norte-CE”⁷.

E foi assim que no ano de 2004, ainda em consonância com Feliciano Santos⁸, iniciou-se um movimento religioso liderado por Margarida e Mário Monteiro, por eles mesmos denominado de “Romaria de Serra Aparecida”. De acordo com Sr. Francisco, ano após ano, surgem romeiros de diferentes lugares.

⁵ Depoimento oral ao jornalista Joel Marques em 10 de maio de 2012.

⁶ Idem.

⁷ Depoimento de Francisco Antônio Cavalcante a Joel Marques em 07 de junho de 2012.

⁸ Depoimento oral ao jornalista Joel Marques em 12 de outubro de 2011.



4.2 – A Romaria da Serra Aparecida e sua sociorreligiosidade

Os significados da romaria, em Serra Aparecida não perpassam mera questão religiosa, é fruto de processo social e folkcomunicação, uma vez que é manifestação popular de grupos rurais marginalizados que depositam na fé a certeza de comunicação com dimensão espiritual divinizada. Aqui reside o primeiro aspecto dos elementos folk.

Segundo Alexandre Carvalho e Pâmella Oliveira (2009) a religião funciona como uma forma do marginalizado encontrar alívio para suas dores e assim depositar esperanças para a cura dos males que o atormenta. O fenômeno devocional recorrente em Pio IX, na localidade Serra Aparecida, é explicado à luz da teoria de Beltrão (2004). Tal devoção tem base nos elementos folkcomunicação e que de acordo com Barreto (1994, *apud* MACIEL; SABATTINI, 2011, p.85), está incluso no discurso folclórico que abarca além das palavras “os meios comportamentais e expressões não-verbais e até mitos e ritos [...] graças à dinâmica da Folkcomunicação”.

Para efeitos de delimitação de estudo, destaca-se como elementos folks manifestações orais, visuais e o ex-voto como formas de expressão e comunicação da cultura popular dos romeiros que se dirigem para a localidade Serra, que hoje é mais conhecida como Serra Aparecida. Considerando Beltrão (2004) há que se procurar entender as manifestações folclóricas além do aspecto puramente artístico, visto que, elas traduzem “a linguagem do povo, a expressão o seu pensar e do seu sentir tantas e tantas vezes discordante e mesmo oposta ao pensar e ao sentir das classes oficiais dirigentes” (BELTRÃO, 2004 p. 118).

Na Romaria de Serra Aparecida é possível perceber elementos constitutivos do folclore. Elementos estes que se revelam em tradutores do modo de ser, pensar e sentir das pessoas, quer individual ou coletivamente. Referente às manifestações orais, percebe-se que elas se compõem a partir do entrelaçamento dos cantos e orações próprios da religiosidade sertaneja, com aquelas provenientes da devoção nacional que tem como berço o Santuário de Aparecida, em São Paulo.

Dentre cantos e orações próprios da conjuntura sociorreligiosa local é válido destacar o Bendito de São José, que segundo Maria Carmo Cavalcante, é entoado nas novenas, sobretudo, na época de seca⁹. Das manifestações orais que se propagaram e compõe a expressão dos romeiros da Serra Aparecida, conforme Maria do Carmo

⁹ Entrevista a Joel Marques em 09 de junho de 2012.



Cavalcante¹⁰, animadora da comunidade, pode-se listar: orações e cânticos diversos. A abertura da romaria anualmente é feita com oração de invocação à Mãe de Deus, oriunda do Santuário Nacional de Aparecida. Na dimensão dos cantos, que são invocações ritmadas, os melhores são os Marianos e os típicos de romaria, que todos cantam juntos, até as pessoas que não sabem ler já memorizaram, como por exemplo: “Senhora de Aparecida”, Maria de Nazaré e “O povo de Deus”.

A comunicação que é estabelecida por meio dos elementos folkcomunicacionais está expressa na afirmação dos romeiros ao entoar pedidos de proteção, pois ao depositarem confiança na providência divina, intermediada por Maria, acreditam no alívio para suas mazelas físicas e sociais. Pode-se dizer ainda que mesmo quando uma pessoa é favorecida socialmente e busca o divino não significa dizer que não se sinta desprotegida em algum aspecto (físico ou emocional), o que justifica a busca é a necessidade de ser reconhecida como “Povo de Deus [...] que era rico de nada”.

Saindo da dimensão dos elementos folkcomunicacionais orais, ressalta-se a presença das manifestações visuais. Em Serra Aparecida, pode-se identificar objetos em madeira (cruz), vestimentas padronizadas, cartazes, folhetos, livretos e placas. Sabe-se que cruz é o símbolo do cristianismo, da redenção dos pecados e com esta conotação simbólica atravessou e atravessa fronteiras histórico-geográficas, propagando-se como ícone devocional dos cristãos. As camisetas padronizadas, apesar de confeccionadas para a Romaria, fazem parte da cultura dos movimentos organizados, pois, é comum em todo país confeccionar camisetas para publicizar uma determinada mensagem, no caso específico da romaria, os romeiros querem identificar-se como partícipes do evento. Também a placa, comunica a romaria no aspecto geográfico. Observa-se a intervenção dos líderes folk interferindo em meio à vegetação nativa, pois tal tipo de divulgação não se faz comum na zona rural de Pio IX.

Essa incorporação de novos elementos à realidade local suscita reflexão acerca da romaria ser uma manifestação do povo e para o povo, o que remete ao pensamento de Beltrão (2004, p.118): “estes sentidos camuflados, que não raro escapam ao próprio estudioso dos fenômenos sociológicos, são, contudo, perfeitamente compreendidos por quantos tenham com seus comunicadores aquela experiência sociocultural comum, condição essencial a que se complete o circuito de qualquer processo comunicativo”.

¹⁰ Idem.



Com efeito, o processo comunicativo da Romaria Serra de Aparecida se completa à medida que as formas de expressões visuais passam aos seus receptores as mensagens idealizadas pelos seus emissores, ou seja, pelos líderes folk's. Os cartazes verbalizam as mensagens.

4.3 – O ex-voto nessa manifestação religiosa

Como já evidenciado anteriormente, o ex-voto é um tipo particular de mensagem, ou um processo comunicacional, classificado por Beltrão (2004, p. 124) em dois tipos: zoomorfos ou simbólicos. Na Romaria de Serra Aparecida o ex-voto é um elemento facilmente identificado. Sendo assim, “os ex-votos zoomorfos ou reproduções de frutos do trabalho, falam claramente da fome e do desemprego, das condições de subdesenvolvimento, as mais deploráveis, em que se acham mergulhadas as populações interioranas” (BELTRÃO, 2004, p.124). O ex-voto, do tipo zoomorfo, ofertado na missa da Romaria retrata os significados do cotidiano do homem do Sertão, e como tal expõe as condições subumanas de um povo que sofre pela ausência de políticas públicas na convivência com o semi-árido.

Em termos dos simbólicos, segundo Beltrão (2004), embora as peças fabricadas artesanalmente tenham valor artístico o seu valor é mais documental. Nessa direção Gerson Lindoso e Sérgio Ferretti (2006, p. 617) afirmam a comunicação que é realizada por meio do ex-voto é de natureza simbólica, “denotando a complexidade dela sendo operada por sinais, signos e símbolos”. Normalmente os ex-votos são resultantes de promessas feitas, anteriormente, entretanto, nem toda promessa culmina com o ex-voto.

Além dos ex-votos, na Igreja de Serra Aparecida também é possível constatar o que o antecede: o voto ou promessa. A promessa é uma prática comum na região que pode ser assim entendida: “A promessa consiste em um pedido feito por alguém a um ser superior mediante um juramento de uma recompensa a este ser pelo êxito conforme a solicitação. Ou seja, um “acordo” que resulta numa negociação entre os dois planos envolvidos: o superior e terreno. Em termos reais nada mais é que uma relação de troca”. (PEREIRA FILHO, 2006, p. 34). Ao vê-se na iminência de um perigo ou situação difícil o devoto recorre ao seu santo de devoção, prometendo um sacrifício ou jóia ao santo pela sua intercessão a Deus, favorável à necessidade ou desejo do orante.



Em Serra Aparecida é possível registrar histórias de pessoas que alcançaram graça e voltam à romaria como pagadores de promessas, sendo uma promessa comum as velas acesas aos pés do cruzeiro. Entretanto, nem só de ações simples é feito o registro de promessas de Serra de Aparecida, existem histórias curiosas que merecem destaque. Encontra-se casos de pessoas que fazem promessas para entrar na igreja de joelhos, assistir a missa descalço, soltar fogos, deixar fotos, ofertar flores, entre outras. Há o caso de uma avó de dois meninos que confia a Virgem de Aparecida a cura das enfermidades.

Um estudo sobre “a vida de fé em romaria na Serra Aparecida em Pio IX, Piauí” não seria coerente se além dos aspectos históricos e sociorreligiosos, não considerasse as diferentes perspectivas dos participantes, que podem ser divididos em três grupos distintos: o clero, os organizadores e os romeiros.

O padre João Pereira de Sousa¹¹, atualmente Vigário Judicial da Diocese de Picos, foi pároco da Paróquia de Nossa Senhora do Patrocínio no período compreendido entre 1997 e 2004. Apesar de transferido antes da realização da primeira romaria, acompanhou de perto o sonho dos líderes da comunidade Serra Aparecida, testemunhou a edificação do templo, realização do ideal dos devotos e concelebrou com os outros sacerdotes a primeira missa realizada em outubro de 2004.

Para o padre Feliciano Santos¹², pároco de Pio IX, a Romaria traduz a fé do povo da região e se constitui em um momento oportuno para reavivar a fé em Nossa Senhora Aparecida. Percebe-se que os romeiros concebem a romaria de Serra Aparecida como um momento forte de evangelização e de agradecimento à Mãe de Deus, portanto, atribuem ao evento à significação religiosa que este traz em si. Os sacerdotes e organizadores corroboram esta concepção, entretanto, o Padre João Pereira abordou a questão socioeconômica mobilizada pela romaria, advertindo que é necessário não se distanciar do verdadeiro significado do acontecimento enquanto manifestação de fé e evangelização.

A romaria cresce e cada ano espelha a fé do nordestino revelada também no viés folkcomunicacional e se espalha a cada ano conquistando novos devotos. O fluxo comunicacional se dá em múltiplos estágios por meio de diferentes líderes. “Não se trata de uma discussão em dois estágios, dos meios através dos líderes, e para o público sob

¹¹ Entrevista a Joel Marques em 08 de junho de 2012.

¹² Entrevista a Joel Marques em 30 de junho de 2012.



sua influencia; mas, antes, em múltiplos estágios, compreendendo meios, líderes com seu grupo mais íntimo, líderes com outros líderes e, afinal, a grande audiência folk” (CARVALHO; OLIVEIRA, 2005). Assim, a devoção a Nossa Aparecida percorreu diferentes caminhos, chegou à Serra Aparecida e continua se propagando por meio de diferentes líderes.

Considerações finais

Um estudo acerca de “uma vida de fé em romaria na Serra Aparecida” remete à situação desta romaria enquanto fenômeno folkcomunicacional. Visto que, as devoções populares são pautadas pela comunicação que se efetiva na fronteira com o folclore, defendida por Luiz Beltrão como teoria da Folkcomunicação. A complexidade das perspectivas do estudo das manifestações populares no viés da comunicação situa-se num contexto sociocultural amplo. Portanto, a Folkcomunicação, adota como objeto de estudo elementos e situações próprios de grupos marginalizados, expressos nas relações estabelecidas com a comunicação de massa.

Deste modo, os elementos que estabelecem a comunicação entre romeiros, evidenciados na devoção, quer pela linguagem oral ou visual são de extrema importância para uma análise no viés da Folkcomunicação. Neste contexto, se insere orações, ex-votos e promessas, que segundo a crença são veículos capazes de estabelecer a comunicação entre o humano e o divino.

Há uma cultura entre os católicos valer-se da intercessão de Maria, nominada por múltiplas invocações, para comunicar-se com Deus. Intercessão esta que utiliza como veículo de comunicação além da oração, ritos carregados de simbologias que vai desde a veneração à imagem até os pequenos sacrifícios denominados de promessas. Historicamente a devoção a Maria, bem como, a outros santos católicos, é pontuada pelas promessas, que em alguns casos culmina com os ex-votos. Entretanto, os estudiosos alertam para que as promessas e os ex-votos não incorram apenas e tão somente em mero ato de troca com Deus.

Para tanto, é necessário que a evangelização e a firme convicção do Deus não distanciem dos fieis em suas manifestações devocionais populares. A propagação da crença na Mãe Negra do Brasil chega a Pio IX – PI que tem como berço a Mãe do



Patrocínio e rende homenagens ao Pontífice de então. Historicamente constituído em torno da religião católica, o município se fez terra fértil para religiosidade popular.

E foi guiado pela coragem do nordestino e a crença singular na benção da Mãe de Jesus, o Deus que se fez humano para tornar possível a comunicação com o Divino, que um homem escolheu recanto longínquo para tornar-se berço da Mãe Aparecida.

Esse Francisco, como tantos outros do Nordeste, criou as filhas inculcando os valores de Maria, educando-as nos caminhos da fé. E para retribuir a educação Mariana recebida do pai, a filha Margarida, depois de presenteá-lo com uma imagem de Nossa Senhora Aparecida, vendo a necessidade da comunidade se unir e reunir no entorno da fé, decidiu construir na Serra um templo para cultuar a Mãe de Jesus e do Brasil. A família se reunia sob a proteção de Maria e rendia-lhe graças e uniu a comunidade que com o passar do tempo crescia em habitantes e na fé em Maria. Assim iniciou-se uma igreja e no ano de 2004 uma romaria.

Do surgimento aos dias atuais, são oito outubros e oito romarias, que a cada ano agrega mais romeiros e devotos nos louvores a Nossa Senhora Aparecida. Nesse tempo decorrido foi possível constatar que a romaria em Serra Aparecida cresce em números e fé, constituindo-se em momento ímpar de louvores a Mãe Aparecida e configurando-se como manifestação de fé que tem em sua essência aspectos que a caracterizam como fenômeno folkcomunicação.

Nessas manifestações estão contidas histórias de vida que ultrapassam os limites da compreensão humana e se consubstancia em exemplos de fé. Pagadores de promessas que deixam aos pés da Mãe seus ex-votos, na sua simplicidade e ingenuidade revelam mais que meros processos folkcomunicação, exprimem uma fé incontestável que deve nortear a vida do romeiro em Serra Aparecida.

REFERÊNCIAS

ABREU, Cássio. **Nossa Senhora Aparecida nos consagramos aos seu imaculado coração!**. IN: Revista Brasil Cristão, ano 13 nº 147. Out. 2009.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informações de fatos e expressão de ideias**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

_____. **Folkcomunicação: Teoria e metodologia**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004.



BERTI, Orlando Maurício de Carvalho; SOUSA, Evandro Alberto de. **A Folkcomunicação como instrumento de pesquisa e extensão universitária nos cursos de Comunicação Social do Nordeste. A formação comunicacional e a influência folkcomunicacional aos estudos de Jornalismo na Universidade R.Sá, no Sertão do Piauí.** Disponível em:

<http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/8/86/GT1_07_OBertieEvandro.pdf>. Acesso em: 16. ABR. 2012.

BRANCO, Samantha Castelo. **Metodologia folkcomunicacional – teoria e prática.** IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (orgs). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

CARVALHO, Alexandre Felix; OLIVEIRA, Pâmella Cristina Albuquerque de. **Chão e Fé: Folkcomunicação religiosa nos caminhos de Cambuquira ao Santuário de Aparecida.** Disponível: <http://www2.metodista.br/unesco/1_Folkcom202009/arquivos/Trabalhos/46-Folkcom202009%20-20ChC3A3o20e20fC3A920-20Alexandre20e20Pamella.pdf>. Acesso em: 12. AGO. 2012.

CORNIANI, Fabio Rodrigues; BALONG JÚNIOR, João. **Santuário Nacional de Aparecida.** IN: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; DOURADO Jacqueline Lima. Folkcom. Do ex-voto à indústria dos milagres: a comunicação dos pagadores de promessas. Teresina: Halley, 2006.

IBGE. **População e dados de Pio IX.** Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/link.php?codmun=220820>>. Acesso em: 3.NOV.2012.

LINDOSO, Gerson Carlos Pereira; FERRETTI, Sérgio Figueiredo. **O ex-voto e sua dimensão simbólico-comunicativa no festejo do padroeiro do Maranhão: São José de Ribamar.** IN: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; DOURADO Jacqueline Lima (orgs.). Folkcom. Do ex-voto à indústria dos milagres: a comunicação dos pagadores de promessas. Teresina: Halley, 2006.

MACIEL, Betânia; SABATTINI, Marcelo. **Rede de estudos e pesquisa em folkcomunicação – Rede Folkcom: história e perspectivas de um novo campo do saber.** Disponível: <<http://confibercom.org/anais2011/pdf/50.pdf>>. Acesso em: 12. ABR. 2012.

MELO José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação.** São Paulo: Paulus, 2008.

PEREIRA FILHO, Sebastião Faustino. **Promessas: contrato individual e social com seres superiores.** IN: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina; DOURADO Jacqueline Lima. Folkcom. Do ex-voto à indústria dos milagres: a comunicação dos pagadores de promessas. Teresina: Halley, 2006.

SCHMIDT, Cristina. **Folkcomunicação: estado do conhecimento sobre a disciplina.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/bibliocom/zero/pdf/schmidt.pdf>>. Acesso em: 01. ABR. 2012.